



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования

**«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)**

Школа искусств и гуманитарных наук

**Сборник
аннотаций рабочих программ дисциплин (модулей), практик**

***НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Программа бакалавриата
Реклама и связи с общественностью***

Форма обучения: *очная*

Нормативный срок освоения программы

(очная форма обучения): 4 года

Год начала подготовки: 2023

Владивосток
2023

Оглавление

Философия	6
История России	8
Иностранный язык	12
Безопасность жизнедеятельности	15
Физическая культура и спорт	19
Элективные курсы по физической культуре и спорту	22
Основы экономической грамотности	25
Основы проектной деятельности	27
Правоведение	29
Русский язык: эффективность речевой коммуникации	33
Психология	37
Основы российской государственности	39
Основы цифровой грамотности	45
Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью	48
Логика и критическое мышление	51
Введение в цифровые коммуникации	54
Теория и практика рекламы	57
Основы теории коммуникации	60
Теория литературы для медиаспециальностей	63
Теория и практика связей с общественностью	66
Основы дизайна в рекламе и связях с общественностью	70
Работа с текстом в профессиональной сфере	74
Социология массовых коммуникаций	77
Организация и проведение коммуникационных кампаний	79
История рекламы и связей с общественностью	83
Медиакоммуникации: теория и практика	88
Брендинг	91
Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью	95
Интегрированные коммуникации	99
Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью	102
SMM-технологии в рекламе и связях с общественностью	106

Копирайтинг и спичрайтинг	109
Внутрикорпоративные коммуникации	113
Маркетинг в рекламе и связях с общественностью	116
Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью	123
Редакторская подготовка рекламных материалов	127
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	129
Психология массовых коммуникаций.....	133
Имиджелогия	136
Реклама и связи с общественностью в политике	140
Организационные основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	142
Антикризисные связи с общественностью	146
Медиаэкономика	149
Событийные коммуникации	153
Современная пресс-служба	157
Визуальный мерчендайзинг	162
Современные технологии в рекламе и связях с общественностью.....	165
Конгрессно-выставочная деятельность.....	170
Медиарилейшнз и технологии конструирования контента	174
Создание видеоконтента в рекламе и связях с общественность	178
Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью	181
Политическая реклама	187
Технологии взаимодействия с органами власти	190
Технологии управления общественным мнением	193
Научные коммуникации	196
Территориальный брендинг	200
Визуализация информации и инфографика.....	205
Социальная реклама.....	208
Медиаландшафт и медиапотребление	211
Западная философия: история и современность	215
Христианство и культура	217
История Дальнего Востока России.....	219
Социология социальных сетей.....	222
Теории и технологии обучения.....	224
Психология общения и социального взаимодействия.....	227
Конфликты в мультикультурной среде.....	230

Цифровая фотография	233
Здоровьесберегающие технологии в профессиональной деятельности	235
Восточная философия: основные идеи и концепты	238
Религиозные традиции Востока.....	241
История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея).....	243
Социология моды и потребления	246
Теории и технологии воспитания	248
Этническая психология	251
Управление конфликтами в организациях	253
Теория и практика композиции визуальных систем	256
Спортивное питание и диетология	258
Ценностные основания современной цивилизации.....	261
Ислам: история и современность.....	263
Этнокультурная история Дальнего Востока России.....	265
Социология девиантного поведения	268
Педагогическое мастерство.....	270
Психология стресса.....	273
Медиация как способ урегулирования конфликтов	275
Искусство стран Азиатско-Тихоокеанского региона	278
Персональная спортивная тренировка	280
Философско-антропологическое обоснование человека	282
Современные нетрадиционные религиозные движения	284
Социокультурная антропология стран Азиатско-Тихоокеанского региона.....	286
Человек и общество в процессе глобализации.....	289
Тьюторство в образовании (сопровождение).....	291
Психология творчества и интеллекта.....	294
Профилактика семейных конфликтов.....	296
Современное визуальное и пространственное искусство	299
Спортивный и оздоровительный массаж.....	301
Деловые коммуникации.....	303
Коммуникационный менеджмент	306
Учебная (профессионально-ознакомительная) практика.....	308
Производственная (профессионально-творческая) практика.....	310
Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика.....	312
Производственная практика (научно-исследовательская работа)	315

Производственная (преддипломная) практика.....317

Аннотация дисциплины

Философия

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц / 108 академических часов. Является дисциплиной Блока 1 обязательной части ОП, изучается на 2 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа.

Язык реализации: русский.

Цель: развитие компетенций системного рефлексивного мышления, которое может быть применено в решении индивидуальных задач самоорганизации и саморазвития личности, процессах межкультурной коммуникации и социального взаимодействия в обществе.

Задачи:

- 1) Сформировать необходимый уровень фундаментальных знаний об истории развития рефлексивного мышления.
- 2) Обучить базовым техникам системного рефлексивного мышления, позволяющим воспринимать феномены межкультурного разнообразия.
- 3) Развить навыки ведения межкультурной коммуникации, учитывающей разность философского и этического контекстов.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформирована предварительная компетенция: УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач, полученная в результате изучения дисциплины «Логика». Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Культурные коды современности», формирующих компетенцию УК-5.4 - Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношению к историческому наследию и культурным традициям.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения

по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Универсальные компетенции	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей профессиональной деятельности	<p>знает особенности поведения выделенных групп людей в процессе коммуникации в современном обществе</p> <p>умеет использовать техники построения интеграционных связей коммуникационного взаимодействия</p> <p>владеет навыками поддержания интеграционного взаимодействия на основании техник системного рефлексивного мышления</p>
	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Воспринимает межкультурное разнообразие общества и особенности взаимодействия в нем в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>знает философские основания и историю становления системного рефлексивного мышления, позволяющего воспринимать межкультурное разнообразие общества</p> <p>умеет использовать техники системного рефлексивного мышления для восприятия и описания межкультурного разнообразия общества</p> <p>владеет навыками для восприятия социально-исторического, этического и философского контекста ситуации межкультурного взаимодействия</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Философия» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: дискуссия, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

История России

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной в обязательной части ОП Блока 1. Дисциплины (модули), изучается на 1 курсе и завершается *зачетом (1 семестр), зачетом (2 семестр)*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *44 часов*, практических/лабораторных *72 часов – 80 % контактной работы*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *28 часов*.

Язык реализации: русский

Цель: на основе современных достижений науки, сформировать у обучающихся целостное представление о месте России в мировом историческом процессе, закономерностях исторического развития общества.

Задачи:

1. Создать у студентов цельный образ истории с пониманием ее специфических проблем, синхронизировать российский исторический процесс с общемировым, а также развить умения работы с историческими источниками и научной литературы

2. Помочь студенту овладеть знаниями исторических фактов – дат, мест, участников и результатов важнейших событий, а также исторических названий, терминов; усвоить исторические понятия, концепции; обратить особое внимание на периоды, когда Россия сталкивалась с серьезными историческими вызовами или переживала кризисы, рассмотреть причины и предпосылки их вызвавшие, а также пути преодоления; исторический опыт национальной и конфессиональной политики Российского государства на всех этапах его существования (включая периоды Российской империи и Советского Союза) по достижению межнационального мира и согласия, взаимного влияния и взаимопроникновения культур.

3. Выработать у студентов навыки и умения извлекать информацию из исторических источников, применять ее для решения познавательных задач;

использовать приемы исторического описания (рассказа о событиях, процессах, явлениях) и объяснения (раскрытие причин и следствий событий, выявление в них общего и различного, определение их характера, классификация и др.).

4. Развить представления об оценках исторических событий и явлений, навыки критического мышления (умения определять и обосновывать свое отношение к историческим и современным событиям, их участникам).

5. Сформировать у будущих специалистов патриотически ориентированную политическую культуру на основе понимания исторических аспектов актуальных геополитических и социальных проблем, источников их возникновения и возможных путей их разрешения с учетом имеющегося у человечества исторического опыта.

6. Выработать ответственность будущего специалиста за результаты своей деятельности, помочь определить собственные параметры его жизни, ценности и нормы поведения на производстве, в научных учреждениях, в предпринимательской деятельности и личном участии в общественных преобразованиях, а также нравственные ориентиры в разрешении глобальных проблем современности.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся необходимы следующие знания, умения и навыки, сформированные ранее дисциплинами:

- *Историей (основное (общее) образование):*

Знания - о месте и роли исторической науки в системе социально-гуманитарных дисциплин, представлений об историографии;

Умения - оценивать различные исторические версии;

Навыки - системными историческими знаниями, понимание места и роли России в мировой истории;

- *Обществознанием (основное (общее) образование):*

Знания - об обществе как целостной развивающейся системе в единстве и взаимодействии его основных сфер и институтов; основных тенденций и возможных перспектив развития мирового сообщества в глобальном мире;

Умения – выявлять причинно-следственные, функциональные, иерархические и другие связи социальных объектов и процессов; применять полученные знания в повседневной жизни, прогнозировать последствия принимаемых решений;

Навыки - владения базовым понятийным аппаратом социальных наук; оценивания социальной информации, умений поиска информации в источниках различного типа для реконструкции недостающих звеньев с целью объяснения и оценки разнообразных явлений и процессов общественного развития.

Универсальные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения
Межкультурное взаимодействие	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей профессиональной деятельности	Знает этапы формирования многонационального российского общества Умеет характеризовать этнический и религиозный состав российского общества Владеет навыками объяснения особенностей межнационального взаимодействия в российском обществе

	<p>УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1 Воспринимает межкультурное разнообразие общества и особенности взаимодействия в нем в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>Знает основные теории исторического процесса, основные этапы всемирной истории и История России, причины исторических процессов на различных этапах истории</p> <p>Умеет выделить основные этапы исторического пути России, обосновать как общеисторические закономерности, так и особенные черты развития России на разных этапах истории; характеризовать роль и место России в мировой истории, анализировать и сопоставлять исторические факты, процессы, явления</p> <p>Владеет навыками объяснения роли исторических знаний в жизни современного общества, уважительно относится к историко-культурному наследию России и мира; навыками ведения аргументированной дискуссии с опорой на исторические примеры; навыками поиска и использования информации об историческом разнообразии и социокультурных особенностях моделей общественного развития</p>
--	---	---	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «История России» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, дискуссия, коллоквиум.

Аннотация дисциплины

Иностранный язык

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачётных единиц / 216 академических часов. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменами. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объеме 72 часа, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 144 часа (в том числе 54 часа на подготовку к экзаменам).

Язык реализации: английский.

Цель: продвижение на более высокую степень исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, формирование коммуникативной компетенции и ее применение в устной и письменной формах в ситуациях повседневного общения с представителями других культур.

Задачи:

- систематизация имеющихся знаний, умений и навыков по всем видам речевой деятельности;
- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования;
- формирование средствами иностранного языка межкультурной компетенции как важного условия межличностного, межнационального и международного общения;
- формирование учебно-познавательной мотивации и совершенствование умений самообразовательной деятельности по иностранному языку.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции (коммуникативные умения в четырех основных видах речевой деятельности – говорении, аудировании, чтении, письме; способность грамотно излагать свои мысли в устной и письменной форме с соблюдением правил произношения, грамматических норм на английском языке; знание фонетических, орфографических, лексических, грамматических языковых

средств в соответствии с темами, сферами и ситуациями общения, изучаемыми в рамках школьной программы), полученные в результате получения среднего общего образования.

Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Управление научно-технологическими проектами», «Добровольческая деятельность и волонтерское движение» / «Основы инклюзивного образования», «Концептуальные принципы наукоемких биоэкономических процессов», «Технологическое предпринимательство в биотехнологии» / «Инновационные биотехнологии», «Международные системы качества и безопасности товаров» / «Защита интеллектуальной собственности» и других, формирующих компетенции УК-1, УК-2, УК-3, УК-6, УК-9, ОПК-7, ПК-1, ПК-2.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующей компетенции, индикаторов достижения компетенции:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2. Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей профессиональной деятельности	<u>Знает</u> : современные коммуникативные технологии на государственном и иностранном языках; закономерности деловой устной и письменной коммуникации.
		УК-4.3 Грамотно и эффективно выстраивает деловую устную и письменную коммуникацию с представителями других национальностей и культур на иностранных языках и государственном языке	<u>Умеет</u> : применять на практике коммуникативные технологии, методы и способы делового общения. <u>Владеет</u> : методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств

		РФ	
Коммуникация	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.2. Понимает разнообразие сообществ различных регионов на основе знаний об особенностях их развития и взаимодействия	<p><u>Знает</u>: сущность, разнообразие и особенности различных культур, их соотношение и взаимосвязь.</p> <p><u>Умеет</u>: обеспечивать и поддерживать взаимопонимание между представителями различных культур и уметь выстраивать общение в мире культурного многообразия.</p> <p><u>Владеет</u>: способами анализа разногласий и в межкультурной коммуникации и способами их разрешения; навыками общения в мире культурного многообразия.</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Иностранный язык» применяются следующие дистанционные образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: видеоконсультация и обратная связь онлайн, деловая/ролевая игра, работа в малых группах, action learning.

Рабочая программа дисциплины «Иностранный язык» составлена модульно по 4 уровням владения иностранным языком (Beginner, Elementary, pre-Intermediate, Intermediate), каждый модуль включает в себя разделы.

Аннотация дисциплины

Безопасность жизнедеятельности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части учебного плана, входит в общеуниверситетский блок дисциплин/модулей, изучается на 1 и 2 курсах (1 и 4 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 34 часа, практических занятий 68 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 42 часа.

Язык реализации – русский

Цель: вооружение будущих специалистов теоретическими знаниями и практическими навыками безопасной жизнедеятельности на производстве, в быту и в условиях чрезвычайных ситуаций техногенного и природного происхождения, а также получение основополагающих знаний по прогнозированию и моделированию последствий производственных аварий и катастроф, разработке мероприятий в области защиты окружающей среды, понимание основ военного строительства и функционирования Вооруженных Сил Российской Федерации, а также ключевых навыков военного дела.

Задачи:

- овладение студентами методами анализа и идентификации опасностей среды обитания;
- получение знаний о способах защиты человека, природы, объектов экономики от естественных и антропогенных опасностей и способах ликвидации нежелательных последствий реализации опасностей;
- овладение студентами навыками и умениями организации и обеспечения безопасности на рабочем месте с учетом требований охраны труда;
- формирование у обучающихся понимания главных положений военной доктрины Российской Федерации, а также основ военного строительства и структуры Вооруженных Сил Российской Федерации;
- воспитание дисциплинированности, высоких морально-психологических качеств личности гражданина – патриота;

- освоение базовых знаний и формирование ключевых навыков военного дела.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения

по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Безопасность жизнедеятельности	УК-8 Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Идентифицирует опасные и вредные факторы, прогнозируя возможные последствия их воздействия в повседневной жизни, в производственной деятельности, в условиях чрезвычайных ситуаций, включая радиационное, химическое и биологическое заражения	<p>Знает характеристики и признаки опасных и вредных факторов, возможные последствия их взаимодействия, включая заражение радиоактивными, отравляющими веществами и бактериальными средствами, а также общие сведения о ядерном, химическом и биологическом оружии</p> <p>Умеет устанавливать причинно-следственные связи между опасностью и возможным последствием воздействия, оценивать потенциальный риск и выполнять мероприятия по радиационной, химической и биологической защите</p> <p>Владеет методами идентификации опасных и вредных факторов, прогноза возможных последствий их воздействия в различных сферах деятельности, в том числе и в условиях чрезвычайных ситуаций, и навыками применения средств радиационной, химической и биологической защиты</p>
		УК-8.2. Предлагает средства и методы профилактики опасностей и поддержания безопасных условий жизнедеятельности для сохранения природной среды и обеспечения устойчивого развития общества	<p>Знает: принципы, методы и средства для поддержания безопасных условий жизнедеятельности и профилактики опасностей</p> <p>Умеет: выбирать и применять конкретные средства и методы защиты для обеспечения безопасности в различных заданных ситуациях</p> <p>Владеет: инструментами и методами предупреждения воздействия опасностей и поддержания безопасных условий жизнедеятельности</p>
		УК-8.3. Разрабатывает мероприятия по	Знает основные мероприятия, необходимые для защиты человека от опасных и вредных производственных факторов, а также

		<p>защите населения и персонала в условиях реализации опасностей, в том числе и при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов</p>	<p>при возникновении чрезвычайных ситуаций природного, техногенного характера и военных конфликтов, тактические свойства местности, их влияние на действия подразделений в боевой обстановке; назначение, номенклатуру и условные знаки топографических карт</p> <p>Умеет разрабатывать мероприятия, необходимые для обеспечения безопасности объекта защиты в условиях реализации опасностей и читать топографические карты различной номенклатуры</p> <p>Владеет способностью самостоятельно разработать и обосновать мероприятия для защиты человека в конкретных условиях реализации опасностей, в том числе и при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов, а также навыками ориентирования на местности по карте и без карты</p>
		<p>УК-8.4. Реализует способы здоровьесберегающих технологий с учетом физиологических особенностей организма</p>	<p>Знает физиологические, психологические характеристики и особенности организма человека, основы здорового образа жизни, а также основные способы и средства оказания первой медицинской помощи, в том числе при ранениях и травмах</p> <p>Умеет выбирать и применять технологии формирования здорового образа жизни для безопасности жизнедеятельности, а также способы и средства оказания первой медицинской помощи, в том числе при ранениях и травмах</p> <p>Владеет основными здоровьесберегающими технологиями для обеспечения безопасности жизнедеятельности, навыками применения индивидуальных средств медицинской защиты и подручных средств для оказания первой медицинской помощи, в том числе при ранениях и травмах</p>
		<p>УК-8.5. Имеет высокое чувство патриотизма, считает защиту Родины своим долгом и обязанностью,</p>	<p>Знает тенденции и особенности развития современных международных отношений, роль и место России и мировом сообществе, основные положения Военной доктрины РФ, основные положения общевоинских уставов ВС РФ, а также факторы, определяющие</p>

		<p>выполняет поставленные задачи, предусмотренные общевойсковыми уставами</p>	<p>характер, организацию с способы современного общевойскового боя</p> <p>Умеет оценивать международные и внутренние военно-политические события с позиции патриотизма, правильно применять и выполнять положения общевойсковых уставов ВС РФ</p> <p>Владеет строевыми приемами, умением оценки геополитических событий с позиции патриотизма, навыками подготовки в ведению общевойскового боя</p>
--	--	---	---

Аннотация дисциплины

Физическая культура и спорт

Общая трудоемкость дисциплины «*Физическая культура и спорт*» составляет 72 академических часа. Дисциплина «*Физическая культура и спорт*» относится к обязательной части общеуниверситетского блока дисциплин учебного плана. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий 2 часа, практических 68 часов, самостоятельных работ – 2 часа.

Язык реализации: русский

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

Задачи:

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли в формировании здорового образа жизни;
- овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.
- гигиене, знаниями о правилах регулирования физической нагрузки.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>УК-7.1 Понимает роль физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности.</p>	<p>Знает: значение роли физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет: организовать самостоятельные занятия по физической культуре. Владеет: навыками планирования двигательного режима с учетом профессиональной деятельности.</p>
		<p>УК-7.2 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности.</p>	<p>Знает средства и методы самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности</p> <p>Умеет применять основные методы самоконтроля в процессе занятий физической культурой и спортом</p> <p>Владеет способностью определять самочувствие, уровень развития физических качеств и двигательных навыков</p>
		<p>УК-7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями.</p>	<p>Знает основные положения теории и методики физической культуры и спорта</p> <p>Умеет обеспечивать сохранение и укрепление индивидуального здоровья с помощью основных двигательных действий и базовых видов спорта</p>

			Владеет технологиями планирования физического совершенствования и способами занятий разнообразными видами двигательной деятельности
--	--	--	---

Аннотация дисциплины

Элективные курсы по физической культуре и спорту

Общая трудоемкость дисциплины «Элективные курсы по физической культуре и спорту» составляет 328 академических часов. Дисциплина «Элективные курсы по физической культуре и спорту» относится к обязательной части общеуниверситетского блока дисциплин учебного плана. Учебным планом предусмотрено проведение практических 328 часов.

Язык реализации: русский

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

Задачи:

- формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда;
- развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья;
- обогащение индивидуального опыта занятий специально-прикладными физическими упражнениями и базовыми видами спорта;
- овладение системой профессионально и жизненно значимых практических умений и навыков;
- освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли в формировании здорового образа жизни;
- овладение навыками творческого сотрудничества в коллективных формах занятий физическими упражнениями.
- гигиене, знаниями о правилах регулирования физической нагрузки.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируется следующая универсальная компетенция:

Наименование категории	Код и наименование	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
------------------------	--------------------	--	--

(группы) компетенций	компетенции (результат освоения)		
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>УК-7.1 Понимает роль физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности.</p>	<p>Знает: значение роли физической культуры и спорта в современном обществе, в жизни человека, подготовке его к социальной и профессиональной деятельности, значение физкультурно-спортивной активности в структуре здорового образа жизни и особенности планирования оптимального двигательного режима с учетом условий будущей профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет: организовать самостоятельные занятия по физической культуре. Владеет: навыками планирования двигательного режима с учетом профессиональной деятельности.</p>
		<p>УК-7.2 Использует методику самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности в соответствии с нормативными требованиями и условиями будущей профессиональной деятельности.</p>	<p>Знает средства и методы самоконтроля для определения уровня здоровья и физической подготовленности</p> <p>Умеет применять основные методы самоконтроля в процессе занятий физической культурой и спортом</p> <p>Владеет способностью определять самочувствие, уровень развития физических качеств и двигательных навыков</p>
		<p>УК-7.3 Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности, регулярно занимаясь физическими упражнениями.</p>	<p>Знает основные положения теории и методики физической культуры и спорта</p> <p>Умеет обеспечивать сохранение и укрепление индивидуального здоровья с помощью основных двигательных действий и базовых видов спорта</p> <p>Владеет технологиями планирования физического совершенствования и способами</p>

			занятий разнообразными видами двигательной деятельности
--	--	--	---

Аннотация дисциплины

Основы экономической грамотности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единиц / 72 академических часов. Является дисциплиной цикла блока 1, дисциплины (модули) обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 36 часов (в том числе на контроль – 27 часов).

Язык реализации – русский.

Цель:

Целью изучения дисциплины «Основы экономической грамотности» является формирование у студентов навыков критического экономического мышления, понимания экономических процессов и явлений, способности и готовности к самостоятельному принятию экономических решений в различных областях жизнедеятельности.

Задачи:

–приобретение умения экономически мыслить, находить, анализировать и использовать экономическую информацию во всех сферах жизнедеятельности.

–сформировать практические навыки экономически грамотного проведения при возникновении типовых ситуаций в различных областях жизнедеятельности;

–принимать решение о создании и ведении своего бизнеса на основе оценки личного потенциала, экономической ситуации в стране.

–оценивать и принимать ответственность за решения их возможные последствия для себя, своего окружения и общества в целом.

Для успешного изучения дисциплины желательно, чтобы у обучающегося уже владел базовыми знаниями (в объёме основной школы) об источниках денежных доходов семьи и возможных направлениях расходов, о семейном бюджете, инфляции и т. д.

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Основы экономической грамотности», соотнесенные с планируемыми результатами освоения

образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1 Прогнозирует результаты личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата предпринимательской деятельности	<p>Знает методы и инструменты планирования и прогнозирования результатов своих действий, в том числе в предпринимательской деятельности.</p> <p>Умеет планировать профессиональную деятельность для достижения результата.</p> <p>Владет навыками прогнозирования результатов профессиональной деятельности.</p>
		УК-9.2 Применяет базовые экономические знания для решения задач в различных областях жизнедеятельности	<p>Знает основные закономерности, лежащие в основе деятельности экономических субъектов и их роль в функционировании экономики.</p> <p>Умеет обобщать и анализировать необходимую экономическую информацию для решения конкретных теоретических и практических задач.</p> <p>Владет основными методами и теоретическим инструментарием изучения экономических явлений и процессов для решения задач в различных областях жизнедеятельности.</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы экономической грамотности» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Основы проектной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц (108 академических часов). Является дисциплиной обязательной части учебного плана, входит в общеуниверситетский блок дисциплин/модулей, изучается на 1 курсе (2 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа.

Язык реализации – русский.

Цель: формирование у студентов целостного системного социологического мышления, умения критически оценивать реальные социальные явления и процессы.

Задачи:

- анализ основных этапов развития социологической мысли, основных социологических парадигм;
- освоение категориально-понятийного аппарата социологии, характеризующего статические и динамические элементы социальных систем, личности и социальных групп;
- формирование умений сбора, систематизации и интерпретации социологической информации, экспертизы социологических гипотез, исследовательского инструментария, репрезентативности результатов конкретно-социологических исследований.

Место дисциплины в структуре ОПОП ВО (в учебном плане): дисциплиной обязательной части ОП в общеуниверситетском блоке дисциплин

Универсальные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Применяет инструменты и методы из различных областей знания для решения поставленных задач	Умеет применять инструменты из различных областей знания для решения поставленных задач
		УК-2.2. Определяет способы решения задачи в рамках поставленной цели	Владеет методами решения поставленных задач из различных областей знаний
			Знает методики решения задач в рамках поставленной цели
			Умеет решать разноуровневые задачи при достижении поставленной цели
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Использует стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	Владеет навыками принятия решения в рамках поставленной цели
			Знает существующие стратегии сотрудничества при организации работы в команде
			Умеет определять свою роль в команде при решении поставленных задач
		УК-3.2. Предпринимает инициативные действия при работе в команде	Владеет навыками командообразования
Умеет инициировать решение задач при работе в команде			
			Владеет предпринимательскими навыками, в том числе при работе в команде

Аннотация дисциплины

Правоведение

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единиц / 72 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП (общеуниверситетский блок дисциплин), изучается на 2 курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *18 часов*, практических *18 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *36 часов*.

Язык реализации: русский.

Цель: сформировать компетенции по способности определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; способности формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.

Задачи:

- формирование навыков выбирать и анализировать правовые нормы, которые подлежат использованию при решении задач в рамках поставленной цели;
- формирование навыков по выбору оптимальных способов решения задач на основе предписаний правовых норм;
- формирование навыков применять правила юридической техники при документальном оформлении принятых решений;
- формирование навыков анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней;
- формирование навыков принимать участие в планировании, организации и проведении мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение правового нигилизма, в том числе в части противодействия коррупции, экстремизму, терроризму и др.
- формирование навыков соблюдать правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции;

- формирование навыков получения основ военно-политической и правовой подготовки для формирования гражданской позиции и предотвращения правового нигилизма, в том числе в части противодействия коррупции, экстремизму, терроризму и др.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.3 Выбирает и анализирует правовые нормы, которые подлежат использованию при решении задач в рамках поставленной цели	знает методы, способы, средства, закономерности выбора и анализа правовых норм
			умеет выбирать и анализировать правовые нормы, которые подлежат использованию при решении задач в рамках поставленной цели
			владеет навыками выбора и анализа правовых норм, которые подлежат использованию при решении задач в рамках поставленной цели
		УК-2.4 Выбирает оптимальные способы решения задач на основе предписаний правовых норм	знает правовые нормы необходимые для выбора оптимальных способов решения задач
			умеет выбирать и применять правовые нормы для решения задач
			владеет навыками выбора и применения предписаний правовых норм
		УК-2.5 Применяет правила юридической техники при документальном оформлении принятых решений	Знает правила юридической техники
			умеет применять правила юридической техники при документальном оформлении принятых решений
			владеет навыками оформления принятых решений в соответствии с нормами материального и процессуального прав
		Гражданская	УК-10 Способен

позиция	формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней	коррупционного поведения и его взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями
			умеет анализировать действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней
			владеет навыками работы с законодательными и другими нормативными правовыми актами, регулирующих борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности
		УК-10.2 Принимает участие в планировании, организации и проведении мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение правового нигилизма, в том числе в части противодействия коррупции, экстремизму, терроризму и др.	знает методы, способы и средства воздействия на участников общественных отношений по формированию нетерпимого отношения к проявлениям правового нигилизма, в том числе к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупции и др.
			умеет реализовывать мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и мероприятия по правовому воспитанию и профилактике правового нигилизма, в том числе в части противодействия коррупции, экстремизму, терроризму и др.
			владеет навыками формирования гражданской позиции и правосознания, обеспечивающие предотвращение правового нигилизма, противодействие коррупции, экстремизму и терроризму и др.
УК-10.3 Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции	знает действующее законодательство и нормы, регулирующие общественное взаимодействие на основе нетерпимого отношения к коррупции		
	умеет участвовать в		

			общественных отношениях на основе нетерпимого отношения к коррупции
			владеет навыками общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции
		УК-10.4 Понимает необходимость получения основ военно-политической и правовой подготовки для формирования гражданской позиции и предотвращения правового нигилизма, в том числе в части противодействия коррупции, экстремизму, терроризму и др.	знает основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития Российской Федерации, правовые основы прохождения военной службы и положения Военной доктрины Российской Федерации
			умеет использовать основы военно-политической и правовой подготовки при реализации мероприятий, направленных на формирование гражданской позиции и предотвращение правового нигилизма, в том числе в части противодействия коррупции, экстремизму, терроризму и др.
			владеет навыками применять основы военно-политической и правовой подготовки при реализации мероприятий, направленных на формирование гражданской позиции и предотвращение правового нигилизма, в том числе в части противодействия коррупции, экстремизму, терроризму и др.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правоведение» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Русский язык: эффективность речевой коммуникации

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается зачётом. Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объёме 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 36 часов.

Язык реализации: русский

Цель: формирование у студентов навыков эффективной речевой деятельности, а именно:

1) подготовки и представления устного выступления на общественно значимые и профессионально ориентированные темы;

2) создания и языкового оформления академических и официально-деловых текстов различных жанров.

Задачи:

- развить навыки составления академических текстов различных жанров (аннотация, реферат, эссе, научная статья);

- развить навыки составления официально-деловых текстов различных жанров (личные деловые бумаги, отчетные документы, деловое письмо);

- совершенствовать навыки языкового оформления текста в соответствии с принятыми нормами, правилами, стандартами;

- сформировать навыки редактирования/саморедактирования составленного текста;

- научить приемам эффективного устного представления письменного текста;

- ознакомить с принципами и приемами ведения конструктивной дискуссии;

- обучить приемам создания эффективной презентации.

Предварительные компетенции не требуются, достаточно знаний в объёме школьной программы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие **универсальные компетенции: УК-4, УК-5.**

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.2 Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей профессиональной деятельности	<p>Знает особенности поведения выделенных групп людей в процессе коммуникации в современном обществе</p> <p>Знает этапы формирования многонационального российского общества.</p> <p>Знает содержание специфики фактора адресата в профессиональной коммуникации</p> <p>Умеет использовать техники построения интеграционных связей коммуникационного взаимодействия</p> <p>Умеет характеризовать этнический и религиозный состав российского общества</p> <p>Умеет выстраивать эффективное взаимодействие с разными категориями адресата</p> <p>Владеет навыками поддержания интеграционного взаимодействия на основании техник системного рефлексивного мышления</p> <p>Владеет навыками объяснения особенностей межнационального взаимодействия в</p>

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			<p>российском обществе</p> <p>Владеет методикой межличностного делового общения на государственном и иностранном языках, с применением профессиональных языковых форм и средств</p> <p>Владеет коммуникативными тактиками успешного взаимодействия с адресатом</p>
		<p>УК-4.3 Грамотно и эффективно выстраивает деловую устную и письменную коммуникацию с представителями других национальностей и культур на и иностранных языках и государственном языке РФ</p>	<p>Знает принципы и правила деловой коммуникации, особенности устной и письменной форм речи</p> <p>Умеет осуществлять грамотное и эффективное речевое взаимодействие в профессиональной среде</p> <p>Владеет культурой деловой речи, навыками создания деловых текстов</p>
<p>Межкультурное взаимодействие</p>	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.3 Учитывает особенности культурного разнообразия общества, ключевые аспекты развития Азиатско-Тихоокеанского региона</p>	<p>Знает содержание ключевых понятий и принципов межкультурной коммуникации</p> <p>Умеет адаптироваться к инокультурному окружению, вступать в эффективное взаимодействие с представителями разных социокультурных</p>

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			<p>общностей</p> <p>Владеет навыками межкультурной коммуникации, оказания помощи в адаптации иностранных граждан в русскоязычной среде</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Русский язык: эффективность речевой коммуникации» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: круглый стол, диспут, дискуссия, деловая игра, работа в малых группах.

Аннотация дисциплины

Психология

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы / 72 академических часа. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 36 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: формирование у студентов представлений об основных понятиях и категориях психологической науки, ее ключевых проблемах, принципах и методах, механизмах и закономерностях функционирования психики, повышение общей и психолого-педагогической культуры бакалавров.

Задачи:

1. Овладеть понятийным и категориальным аппаратом психологической науки.
2. Ознакомиться с основными концепциями происхождения и развития сознания и психики.
3. Изучить психические процессы, свойства и состояния, уметь определять и классифицировать различные феномены.
4. Получить навыки практической психологии: проведение психодиагностических исследований, анализ и интерпретация полученных данных; применение способов саморегуляции.
5. Систематизировать знания о теоретических и практических основах психологии.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование Компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.5. Устанавливает контакт и выстраивает отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи	Знает способы установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи Умеет устанавливать контакты и выстраивать отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи Владеет способами установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.2. Понимает и формулирует принципы самоорганизации и управления своим временем	Знает и понимает принципы самоорганизации и управления своим временем Умеет организовывать свое время на основе принципов самоорганизации Владеет принципами самоорганизации и применяет их на практике для управления своим временем
		УК-6.3. Планирует и определяет задачи саморазвития на различных этапах личностного и профессионального самоопределения	Знает и понимает принципы планирования и реализации задач саморазвития на различных этапах личностного и профессионального самоопределения Умеет планировать и реализовывать траекторию саморазвития на различных этапах профессионального самоопределения Владеет способами саморазвития и реализации траектории саморазвития

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология» применяются образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, круглый стол, дискуссия, и другие.

Аннотация дисциплины

Основы российской государственности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётные единицы/72 академических часа. Является дисциплиной обязательной части образовательной программы, изучается на 1 курсе и завершается зачетом с оценкой. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 18 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи:

- представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;

- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;

- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;

- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины,

сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;

- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;

- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;

- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.4 Демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям	-знает о ключевых смыслах, этических и мировоззренческих доктринах, сложившихся внутри российской цивилизации -умеет поддерживать уважительное взаимодействие с представителями различных социокультурных

			<p>общностей</p> <p>-владеет навыками коммуникации с учетом культурных особенностей и традиций различных социальных групп</p>
		<p>УК-5.5</p> <p>Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.</p>	<p>-знает фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе</p> <p>-умеет находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p> <p>-владеет навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>
		<p>УК-5.6</p> <p>Проявляет в своём</p>	<p>-знает фундаментальные</p>

		<p>поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира.</p>	<p>ценностные принципы российской цивилизации (такие как многообразие, суверенность, согласие, доверие и созидание), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость</p> <p>-умеет проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;</p> <p>-владеет развитым чувством гражданственности и патриотизма, навыками самостоятельного критического мышления</p>
--	--	---	---

		<p>УК-5.7 Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументировано обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>	<p>-знает особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении</p> <p>-умеет адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различий, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям</p> <p>-владеет навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции</p>
--	--	---	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы российской государственности» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол

Аннотация дисциплины

Основы цифровой грамотности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часов. Является дисциплиной цикла блока 1, дисциплины (модули) обязательной части ОП, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа (в том числе на контроль – 27 часов).

В соответствии с Концепция цифровых компетенций выпускника Дальневосточного федерального университета (КН-ДВФУ-444-2022), утвержденной решением Ученого Совета ДВФУ от 30.09.2022, протокол № 10-22, дисциплина «Основы цифровой грамотности» является обязательной частью модуля цифровых компетенций (FEFU Digital Core).

Язык реализации – русский.

Цель:

Целью изучения дисциплины «Основы цифровой грамотности» является формирование у обучающихся базовых цифровых навыков для безопасного и эффективного использования технологий и инструментов работы с информацией в целях удовлетворения личных, образовательных и профессиональных потребностей, коммуникации и коллективной работы в цифровой среде.

Задачи:

- изучение понятийного аппарата цифрового общества, цифровой и компьютерной грамотности;
- формирование практических навыков работы с информацией в цифровой среде (просмотр, поиск, фильтрация данных, информации и цифрового контента), навыков работы в офисных приложениях, создания и редактирования цифрового контента (тексты, таблицы, рисунки, аудиофайлы, веб-страницы и т.п.);
- изучение основ информационной безопасности на уровне пользователя, средств и методов защиты цифровых устройств и персональных данных;

- изучение назначения и возможностей современных информационно-коммуникационных технологий и программных средств;
- формирование практических навыков представления и обработки цифровых данных при решении профессиональных задач.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции по использованию компьютера и методов создания документов с его помощью.

Планируемые результаты обучения по дисциплине «Основы цифровой грамотности», соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций, индикаторов достижения компетенций:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК 1.1. Осуществляет поиск, сбор информации с помощью компьютерных технологий	Знает формы, методы и технологии поиска информации Умеет работать с информацией в цифровой среде (просмотр, поиск, фильтрация данных, информации и цифрового контента) Владет базовыми навыками управления данными, информацией и цифровым контентом
		УК 1.2. Применяет информационные продукты для обработки и анализа информации, следуя принципам критической оценки и верификации источников	Знает основные технологии работе с информацией в офисных приложениях (тексты, таблицы, презентации и т.п.) Умеет создавать и редактировать цифровой контент (рисунки, аудиофайлы, веб-страницы и т.п.) Способен анализировать, сравнивать и критически оценивать достоверность и надежность источников данных, информации и цифрового контента
	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном	УК 4.1. Применяет информационные продукты в деловой коммуникации для достижения поставленной цели	Знает методики деловой коммуникации в цифровой среде и цифровые инструменты и технологии для совместной работы Умеет взаимодействовать в цифровой среде с учетом норм этики и правового регулирования цифрового пространства Владет навыками безопасного

	ом языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)		обмена информацией и защиты персональных данных
	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК 6.1. Применяет цифровые инструменты для организации своей работы и саморазвития	Знает технические возможности современных цифровых устройств и интернет-технологий Умеет успешно работать с постоянно обновляющимися цифровыми инструментами Владет навыками непрерывно обучаться в течение всей жизни, используя доступность информации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы цифровой грамотности» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, решение кейсов и ситуационных задач и др.

Аннотация дисциплины

Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 2 курсе и завершается зачетом (3 семестр) и экзаменом (4 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение практических занятий в объеме 72 часа, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 45 часов, контроль – 27 часов.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» – сформировать у студентов знания, навыки и компетенции, необходимые для эффективной профессиональной коммуникации в сети Интернет, способствующей информационному продвижению компании, а также ее товаров и услуг.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. Ознакомиться с особенностями и видами цифровых коммуникаций.
2. Научиться работать с web-сайтом компании для поддержания эффективной коммуникации с целевыми аудиториями.
3. Изучить особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, WhatsApp, Telegram), изучить особенности подхода к каждому каналу, визуальной и вербальной концепции.
4. Ознакомиться с возможностями виртуального Product Placement.
5. Изучить особенности работы электронных СМИ.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: УК-1, УК-4, УК-6, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Основы теории коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Основы цифровой грамотности, Введение в цифровые коммуникации, Основы дизайна в рекламе и связях с общественностью. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как

Медиакоммуникации: теория и практика, Интегрированные коммуникации, SMM-технологии в рекламе и связях с общественностью, формирующих компетенции ОПК-1, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-2, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает названия инструментов программного обеспечения, необходимых при проведении прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью, а также принципы работы с этими инструментами Умеет производить отбор необходимого программного обеспечения (Microsoft Excel, Microsoft Access, SPSS for Windows и т.д.) в своей исследовательской деятельности в зависимости от выбранных методов Владеет навыками по эффективному и продуктивному использованию необходимого программного обеспечения при проведении прикладного исследования
		ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии Умеет определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владеет навыками применения современных

			цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
--	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Логика и критическое мышление

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачётных единицы / 72 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 2 курсе и завершается зачетом (3 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 18 часа, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 36 часов.

Язык реализации: *русский*

Цель: изучения дисциплины заключается в теоретическом и практическом освоении студентами культуры рационального мышления.

Задачи:

- Овладение студентами устойчивым навыком рассуждать точно, непротиворечиво, последовательно и доказательно.
- Приобретение практического умения осуществлять различные логические операции для выявления и/или уточнения высказанной мысли, что достигается усвоением основных логических форм, технологий анализа и вывода, а также решением задач и упражнений.
- Развитие аналитического мышления, включающего способность анализировать и выстраивать логическую последовательность, оценивать и проверять фактическую истинность мыслительных актов.
- Формирование умения проводить мыслительные эксперименты, решать вопросы о логической взаимосвязи информации об объектах исследования, активно оперировать понятийным логическим аппаратом в ситуациях с заданной или ограниченной информацией.
- Формирование у студентов навыков ведения полемики. Умение аргументировано излагать свою позицию, подвергать глубокому анализу позицию оппонентов, убедительно отстаивать свою точку зрения, знать уловки споров и методы их нейтрализации.
- Закрепление практики использования студентами идей, средств и методов логики. Подобное использование подразумевает умение вскрывать

логические ошибки, опровергать необоснованные доводы оппонентов, выдвигать и анализировать различные версии, осуществлять классификации и доказательства, составлять логически коррективные планы мероприятий, уяснять смысл и структуру рассуждений.

Универсальные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.3 Выявляет проблему, осуществляет поиск информации, анализирует и интерпретирует ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода	<p>Знает философские основания логического и критического мышления, позволяющие выявлять проблему, осуществлять поиск информации, ее анализ и интерпретацию на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода.</p> <p>Умеет использовать техники логического и критического мышления для решения поставленных задач, выявлять проблему, осуществлять поиск информации, анализировать и интерпретировать ее на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач в рамках системного подхода.</p> <p>Владеет навыками применения методов логики и критического мышления для выявления проблемы, поиска информации, ее анализа и интерпретации на основании методов логики и критического мышления для решения поставленных задач</p>

			в рамках системного подхода.
		<p>УК-1.4 Формирует обоснованную и логически последовательную позицию, аргументирует свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагает возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений</p>	<p>Знает философские основания логического и критического мышления, позволяющие формировать обоснованную и логически последовательную позицию, аргументировать свою точку зрения на основе системного подхода и критического анализа, предлагать возможные варианты решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений.</p> <p>Умеет использовать техники логического и критического мышления для формирования обоснованной и логически последовательной позиции, обоснования своей точки зрения на основе системного подхода и критического анализа, представления возможных вариантов решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений.</p> <p>Владеет навыками применения методов логики и критического мышления для формирования обоснованной и логически последовательной позиции, обоснования своей точки зрения на основе системного подхода и критического анализа, представления возможных вариантов решения поставленной задачи с учетом возможной критики и ограничений.</p>

Аннотация дисциплины

Введение в цифровые коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 1 курсе и завершается зачетом (1 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 54 часа.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Введение в цифровые коммуникации» – сформировать у студентов знания, навыки и компетенции, необходимые для эффективной профессиональной коммуникации в сети Интернет, способствующей информационному продвижению компании, а также ее товаров и услуг.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. Ознакомиться с особенностями и видами цифровых коммуникаций.
2. Научиться грамотно вести деловую переписку с целевыми аудиториями.
3. Изучить виды PR-документов, распространяемых в сети Интернет.
4. Научиться составлять эффективные PR-документы и работать с ними.
5. Научиться работать с web-сайтом компании для поддержания эффективной коммуникации с целевыми аудиториями.
6. Изучить особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (Facebook, WhatsApp, Telegram), изучить особенности подхода к каждому каналу, визуальной и вербальной концепции

Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Теория и практика рекламы, Основы теории коммуникаций, Теория литературы для медиаспециальностей, формирующих компетенции ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5, ОПК-7.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает характеристики целевой аудитории и способы поиска информации о ее текущих запросах Умеет применять знания о потребностях и лексиконе целевой аудитории в процессе создания рекламных и PR-текстов Владеет навыками по созданию рекламных и PR-продуктов в сети Интернет в соответствии с площадкой продвижения и запросами целевой аудитории на каждой из площадок
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знает историю развития коммуникационных процессов и особенности современного этапа медиакоммуникации Умеет производить оценку возможностей медиакоммуникационной системы и планировать свою деятельность в сфере рекламы и PR Владеет комплексом инструментов по рекламному и PR-продвижению продукта в сети Интернет с учетом особенностей этого продукта и его целевой аудитории
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в	ОПК-6.2. Применяет современные цифровые	Знает современные технические средства и

	профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	информационно-коммуникационные технологии Умеет определять для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение Владеет навыками применения современных цифровых устройств, технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной сфере на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
--	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Введение в цифровые коммуникации» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Теория и практика рекламы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части.. Изучается на 1 курсе и завершается экзаменом (1 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента – 36 часов, контроль – 54 часа.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Теория и практика рекламы» – изучить теоретические основы рекламной деятельности (историю, концепции, модели, формы) и научиться применять их в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. Изучить историю развития рекламной сферы.
2. Изучить понятие и характеристики целевой аудитории рекламы.
3. Изучить эффективные способы влияния на потребителей в рекламной коммуникации.
4. Изучить виды и типы рекламы.
5. Научиться использовать полученные знания при разработке рекламных обращений на различных носителях.

Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Введение в цифровые коммуникации, Основы теории коммуникаций, Теория литературы для медиаспециальностей, формирующих компетенции, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Продукт профессиональной деятельности</p>	<p>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</p>	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p>Знает понятия и характеристики рекламной коммуникации, медиатекста, медиапродукта, коммуникационного продукта</p> <p>Умеет применять полученные знания в процессе анализа рекламной коммуникации на разных платформах</p> <p>Владеет навыками по созданию рекламных продуктов в соответствие с платформой продвижения и запросами целевой аудитории</p>
<p>Медиакоммуникационная система</p>	<p>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</p>	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Знает основные факторы и нормы, влияющие на развитие коммерческой, социальной и политической рекламы, а также рекламных обращений на разных носителях</p> <p>Умеет разрабатывать концепцию рекламного обращения в зависимости от объекта рекламирования и носителя</p> <p>Владеет навыками проведения анализа эффективности рекламы в зависимости от ее носителя и определения наиболее эффективного набора рекламного продвижения в определенный период времени</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины

«Теория и практика рекламы» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Основы теории коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы/144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части образовательной программы, изучается на 1 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа, контроль – 36 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: изучить основы теории коммуникаций, позволяющих сформировать современные научные представления о роли коммуникаций в развития общества, социальных групп и личности; сформировать системное представление о разнообразии видов коммуникации, теоретических представлений в исторической ретроспективе и научных представлений о коммуникациях, соответствующих современному уровню коммуникативистики.

Задачи:

– сформировать научные представления о сущности коммуникаций общества как сложной самоорганизующейся системе для дальнейшей реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий в профессиональной деятельности;

– благодаря освоению теоретических знаний о правилах эффективной коммуникаций, сформировать готовность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

– сформировать теоретические и практические навыки деловой коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках;

– освоить научно-обоснованные представления о конструировании и прогнозировании запросов и потребностей общества и аудитории в профессиональной деятельности;

– сформировать способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет анализировать политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в целях применения в сфере связей с общественностью</p> <p>Владеет методами анализа политических,</p>

			экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях в целях применения в сфере связей с общественностью
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	<p>Знает основные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет применять на практике основные принципы, методы и инструменты социальной ответственности в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеет навыками прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности на основе применения принципов социальной</p>

			ОТВЕТСТВЕННОСТИ
--	--	--	-----------------

Аннотация дисциплины

Теория литературы для медиаспециальностей

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы/144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части образовательной программы, изучается на 1 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 90 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: знакомство студентов с основными понятиями теории литературы, обучение практике литературоведческого анализа, логике построения устного ответа, умению оперировать основными литературоведческими категориями.

Задачи:

- знать основные литературоведческие термины;
- уметь анализировать произведения различных жанров;
- владеть методикой литературоведческого анализа.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Культура</p>	<p>ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>	<p>ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p>	<p>Знает движущие силы и закономерности историко-культурного процесса; историю культуры и искусства.</p> <p>Умеет определять особенности межкультурной коммуникации; основные достижения в области литературы и искусства; средства выразительности, используемые в объектах культуры и искусства.</p> <p>Владеет способностью к развитию своего художественного вкуса, своего профессионального мастерства, толерантно воспринимать социальные и культурные различия, руководствоваться ими в профессиональной деятельности.</p>
		<p>ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания</p>	<p>Знает современное состояние отечественной и мировой культуры как важнейшей части общекультурного, гуманитарного,</p>

		<p>текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>филологического профессионального багажа.</p> <p>Умеет определять средства художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах.</p> <p>Владеет навыками применения средств художественной выразительности в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах на основе знаний о современном состоянии отечественной и мировой культуры</p>
--	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теория литературы для медиаспециальностей» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения:

- Лекция-беседа,
- Творческое задание в малых группах,
- Мастер-класс.

Аннотация дисциплины

Теория и практика связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 1 курсе и завершается экзаменом (2 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 36 часов, контроль – 54 часа.

Язык реализации: *русский*.

Цель: развитие знаний студентов в области профессионально-ориентированных коммуникаций: сформировать представление о профессиональной деятельности связи с общественностью как о важном социальном институте и как системе профессиональных социальных технологий коммуникаций в различных сферах жизнедеятельности.

Задачи:

- сформировать способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах;
- сформировать исследовательские и прогностические способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;
- сформировать способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования этической и профессиональной позиции;
- сформировать 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.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Введение в цифровые коммуникации, Основы теории коммуникации. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Основы

цифровой грамотности, Работа с текстом в профессиональной сфере, Социология массовых коммуникаций, формирующих компетенции УК-1, УК-4, УК-6, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5, ОПК-7, ПК-4, ПК-6.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Продукт профессиональной деятельности	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-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	Знает теоретические и практические аспекты подготовки рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Умеет использовать теоретические и практические знания для создания рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем Владеет навыками создания рекламных текстов, текстов для формирования связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного

			языков, особенностями иных знаковых систем
Медиакоммуникационная система	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знает о специфике коммуникационных процессов и механизмов функционирования медиакоммуникационных систем Умеет применять специфические особенности коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью в рамках профессиональной деятельности Владеет навыками применения специфических особенностей коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы в сфере рекламы и связей с общественностью в рамках профессиональной деятельности
	ОПК-7 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает основные принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет применять на практике основные принципы, методы и инструменты социальной ответственности в профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью Владеет навыками прогнозирования эффектов и последствий

			профессиональной деятельности на основе применения принципов социальной ответственности
--	--	--	---

Аннотация дисциплины

Основы дизайна в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 1 курсе и завершается зачетом (2 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 90 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Основы дизайна в рекламе и связях с общественностью» – создание целостного представления о специфике разработки объектов дизайна и навыками творческого подхода в решении ряда прикладных задач при разработке объектов дизайна коммуникационных продуктов; формирование у студентов комплексного владения различными техниками в области полиграфии для создания объектов визуальной среды, связанных с будущей профессиональной деятельностью

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. формирование способностей работы с разноформатными графическими объектами;
2. формирование навыков визуального мышления в рамках графической среды;
3. использование основ создания графической композиции, творческого мышления,
4. самостоятельность в выборе шрифтовой группы в рамках решаемых задач.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Введение в цифровые коммуникации, Основы теории коммуникации. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Основы

цифровой грамотности, Теория и практика связей с общественностью, Работа с текстом в профессиональной сфере, Социология массовых коммуникаций, формирующих компетенции УК-1, УК-4, УК-6, ОПК-1, ОПК-3, ОПК-5, ОПК-7, ПК-4, ПК-6.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	Знает особенности межкультурной коммуникации, основные достижения в области литературы и искусства. Демонстрирует широкий кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса при создании коммуникационных продуктов. Может создавать и продвигать различные медиапродукты, используя многообразие достижений отечественной и мировой культуры.

		<p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Может охарактеризовать наиболее важные достижения отечественной и мировой культуры последних нескольких веков.</p> <p>Создает тексты рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационные продукты, используя средства художественной выразительности.</p> <p>Создаёт медиапродукты, адаптированные под различную целевую аудиторию, учитывая особенности межкультурной коммуникации, основные достижения в области литературы и искусства.</p>
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.</p>	<p>Может находить и применять необходимые технические средства и информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>Умеет определять необходимые технологические средства для осуществления коммуникации.</p> <p>Создаёт медиапродукты, применяя технологические средства для осуществления коммуникации.</p>
		<p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех</p>	<p>Может находить и применять необходимые технические средства и информационно-коммуникационные</p>

		этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	технологии. Разрабатывает продукт с учетом технических средств и информационно-коммуникационных технологий. Создает продукт с учетом характеристик технических средств и информационно-коммуникационных технологий.
--	--	---	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Основы дизайна в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Работа с текстом в профессиональной сфере

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 1 курсе (2 сем.) и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 63 часа.

Язык реализации – *русский*

Цель: научиться проводить анализ существующих рекламных и PR-текстов, освоить основы написания эффективных рекламных и PR-текстов.

Задачи: изучить элементы основного рекламного текста и особенности их создания, научиться проводить анализ существующих рекламных текстов, выявлять их преимущества и недостатки, в том числе в сравнении с текстами конкурентов, получить навыки написания рекламных текстов для продвижения товаров и услуг, изучить виды PR-текстов, правила их написания, научиться проводить анализ удачных и неудачных примеров и получить навыки написания PR-текстов.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	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-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Культура	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1; Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК -3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1; Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.2; Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	<p>Знает основы основы копирайтинга; основные положения современной теории медиатекста; технологию подготовки публичного высказывания, а также формы его бытования, информационные технологии его воплощения</p> <p>Умеет анализировать структуру, композицию и содержание рекламных и PR-текстов; составлять рекламные и PR-тексты в соответствие с коммуникативными задачами готовиться к публичному выступлению и готовить к публичному выступлению людей с несформированным коммуникативным навыком публичного общения</p> <p>Владеет навыками копирайтинга в рекламе и связям с общественностью; приемами создания текста по заданным параметрам; навыками подготовки ораторской речи, методиками обучения ораторскому мастерству</p>
ОПК-3.1; Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знает основные творческие техники и технологии создания рекламных текстов с учетом достижений отечественной и мировой культуры
ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства	<p>Умеет использовать мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе</p> <p>Владеет навыками разработки нескольких вариантов решений,</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.	поиска нестандартных и наиболее приемлемых решений творческих задач Формулирует концепцию научного исследования.
ПК-4.1; Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Способен использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Работа с текстом в профессиональной сфере» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: интреактивная лекция - визуализация, метод «круглого стола»)

Аннотация дисциплины

Социология массовых коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа (4 сем.). Является дисциплиной обязательного блока, изучается на 1 курсе (2 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 час., а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 90 часов.

Язык реализации – русский

Цели освоения дисциплины:

1. изучение функционирования института СМК в современном социуме;
2. ознакомление с системой методов изучения такого функционирования;
3. формирование системного комплекса знаний о сфере массовой коммуникации.

Задачи дисциплины:

1. формирование представления об СМК как социальном институте;
2. получение системного комплекса знаний об информационной индустрии как социальном институте;
3. изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение;
4. изучение исследований в области функционирования института СМК.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
маркетинговый	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК -6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы
		ПК -6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований;

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
		готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы	<p>Знает принципы необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; основы разработки и проведения маркетингового и социологического исследований; принципы отбора методов исследований, разработки его инструментария</p> <p>Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий</p> <p>Владеет навыками определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; отбора методов исследований, разработки его инструментария</p>
ПК -6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	<p>Знает основы обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала исследований; подготовки, осуществления полевых работ, обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании</p> <p>Умеет обосновывать необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовить, осуществлять полевые работы, обосновывать методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании</p> <p>Владеет навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала исследований; подготовки, осуществления полевых работ, обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании</p>

Аннотация дисциплины

Организация и проведение коммуникационных кампаний

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной блока проектной деятельности обязательной части ОП, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом (3 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий – 18 час., предусмотрено проведение практических занятий – 36 час., также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа, контроль – 36 часов.

Язык реализации: русский

Целью изучения дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью.

Задачами курса является:

-знать содержание теоретических основ организации и проведения коммуникационных кампаний;

-получить практические навыки исследований, планирования, бюджетирования, подготовки и контроля эффективности коммуникационных кампаний;

-сформировать личностную психологическую направленность, ценностные гуманистические ориентации, интерес к самостоятельному исследованию актуальных проблем

В результате изучения дисциплины у обучающихся формируется компетенции:

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	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-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знает понятия и характеристики рекламной коммуникации, медиатекста, медиапродукта, коммуникационного продукта
	Умеет применять полученные знания в процессе анализа рекламной коммуникации на разных платформах
	Владеет навыками по созданию рекламных продуктов в соответствие с платформой продвижения и запросами целевой аудитории
ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов	Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	Владеет практическими навыками учета основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	Знает основные методы проведения прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью
	Умеет применять данные из социологических источников, в том числе актуальных сборников статистических органов при проведении собственного прикладного исследования
	Владеет навыками по анализу полученной социологической и маркетинговой информации для формирования коммуникационных предложений целевой аудитории

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК-8.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает основы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Умеет реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
	Владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Аннотация дисциплины

История рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 2 курсе и завершается экзаменом (3 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 45 часов и подготовку к экзамену в количестве 45 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «История рекламы и связей с общественностью» – формирование у студентов целостного представления о прошлых и современных технологиях, применяемых в российской практике рекламы и Public Relations, изучение истории и тенденций развития рынка и технологий рекламы и PR, эффективного инструментария коммуникационной работы и продвижения политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях информационного общества и развития информационно-коммуникационных технологий.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- познакомить в исторической ретроспективе с базовыми понятиями, тенденциями и достижениями в развитии технологий рекламы и связей с общественностью в мире и в России;

- сформировать у студентов умения использования достижений мирового и российского опыта создания рекламных, коммуникационных и медиапродуктов в практической деятельности современных предприятий;

- сформировать основные навыки использования передовых достижений мирового и российского опыта развития рекламы и связей с общественностью в практической деятельности создания коммуникационных и медиапродуктов современной деятельности предприятий.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения

дисциплин «Теория и практика рекламы», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика связей с общественностью», «Работа с текстом в профессиональной сфере» и формирующих следующие компетенции: ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-7.1.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Культура	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	Знает основы многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и демонстрирует определенный кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. Умеет использовать основы многообразных достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и демонстрирует определенный кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса Владеет навыками использования основ многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов и демонстрирует определенный кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.

		<p>ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знает основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов и основы использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>Умеет использовать основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов, а также использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>Владеет навыками использования основных достижений отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов и использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных</p>
--	--	---	--

			продуктов.
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности и способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Умеет использовать современные цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности и способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. Владеет навыками использования современных цеховых принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности и способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Медиакоммуникации: теория и практика

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 2 курсе и завершается экзаменом (3 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 45 часов, контроль – 45 часов.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Медиакоммуникации: теория и практика» – сформировать у студентов способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, расширить и углубить представление о базовых принципах формирования медиасистем и особенностях национальных медиамodelей

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. формирование общих представлений об истоках и структуре современных медиакоммуникаций,
2. уяснение взаимосвязи между понятиями «коммуникация», «аудиовизуальная коммуникация», «массмедиа», «средства массовой информации», «электронные медиа» и выстраивание их в четкую терминосистему,
3. изучение основных этапов развития аудиовизуальной коммуникации (печать, фотография, радио, кино, телевидение, интернет),
4. характеристика основных теоретических концепций медиакоммуникаций в исторической ретроспективе,
5. выработка навыков использования теории медиакоммуникаций в качестве концептуальной основы для анализа процессов, происходящих в сфере медиа.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-4, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика

рекламы, Основы теории коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Работа с текстом в профессиональной сфере. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Брендинг, Организация и проведение коммуникационных кампаний, История рекламы и связей с общественностью, формирующих компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает основные политические и экономические процессы, правовые и этические нормы, влияющие на медиакоммуникационную систему Умеет анализировать влияние политических, экономических факторов, правовых и этических норм на развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Владеет навыками по разработке коммуникационных медиакоммуникационных системах на глобальном, национальном и региональном уровнях продуктов в разных с учетом влияние политических, экономических факторов, правовых и этических норм

		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<p>Знает историю развития коммуникационных процессов, теории медиакоммуникаций и особенности современного этапа медиакоммуникации в России</p> <p>Умеет производить оценку возможностей медиакоммуникационной системы и планировать свою деятельность в сфере рекламы и PR</p> <p>Владеет комплексом инструментов по рекламному и PR-продвижению продукта с учетом медиакоммуникационной системы в стране, особенностей этого продукта и его целевой аудитории</p>
--	--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Медиакоммуникации: теория и практика» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Брендинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц / 144 академ. часов. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 2 курсе и завершается экзаменом (3 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 54 часа, контроль – 36 часов.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Брендинг» – формирование комплекса теоретических знаний в области управления брендом. Подготовка студентов, понимающих базовые аспекты разработки бренда как одной из ключевых дисциплин в маркетинге и стратегическом планировании. Полученные в рамках курса знания и навыки являются одной из фундаментальных компетенций в области маркетинга и готовят студентов к началу карьеры в отделах маркетинга, маркетинговых коммуникаций, а также в коммуникационных агентствах.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;
- формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий по продвижению бренда.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-4, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Основы теории коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Работа с текстом в профессиональной сфере. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Медиакоммуникации: теория и практика, Организация и проведение коммуникационных кампаний, История рекламы и связей с общественностью, формирующих компетенции ОПК-1, ОПК-2,

ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	<p>знает технологии определения целевых групп общественности и инструменты трансляции миссии и философии организации</p> <p>умеет определять целевые аудитории и применять инструменты трансляции миссии и философии организации</p> <p>владеет инструментарием трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>
Маркетинговый	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий.	<p>знает методы и инструменты маркетинговых и социологических исследований</p> <p>умеет разрабатывать программу исследования и формировать исследовательскую команду</p> <p>владеет навыками разработки маркетинговых и социологических исследований в брендинге</p>

Технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	<p>знает основные методики разработки и реализации специальных событий</p> <p>умеет использовать теоретические и практические знания для разработки и реализации специального события и мероприятия.</p> <p>владеет навыками проведения специального события и мероприятия по собственному сценарию с учетом специфики коммуникационных задач организации.</p>
Проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	<p>знает источники получения информации о результатах исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>умеет применять результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>владеет навыками поиска и анализа исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Брендинг» применяются следующие образовательные технологии и методы

активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью

Дисциплина «Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью» относится к общешкольному блоку дисциплин/модулей (раздел «Дисциплины») учебного плана направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 ч. Учебным планом предусмотрены лекционные занятия (18 ч.), практические занятия (18 ч.) и самостоятельная работа студента в объеме 63 ч., также 45 ч. на подготовку к экзамену. Дисциплина реализуется на 2 курсе в 4 семестре при очной форме обучения. В качестве формы отчетности по дисциплине предусмотрен экзамен. Относится к блоку «Общешкольный блок дисциплин» - Б1.О.15.

Язык реализации: *русский.*

Целью изучения дисциплины «Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью» является развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации со СМИ в условиях осуществления профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины обусловлены целями ее изучения и ориентированы на решение следующих направлений профессиональной реализации деятельности бакалавра:

- **организационно-управленческой:** планирование и организация системы рекламных и пиар-коммуникаций, проведение мероприятий.
- **коммуникационной:** руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий; формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, связанных с развитием международных проектов.
- **проектной** разработка креативных и стратегических концепций развития медийных проектов с привлечением средств массовой информации.
- **информационно-аналитической и прогнозно-аналитической:**

руководство подготовкой количественных и качественных исследований; анализ и интерпретация первичной и вторичной информации; подготовка обзоров и прогнозов в рамках медийных проектов.

- **научно-исследовательской и педагогической:** выявления тенденций, динамики процессов и инновационных явлений, разработка концептуальных моделей, рабочих планов и программ проведения научных исследований и методических разработок в области управления кризисами и информационными потоками с применением форм и методов рекламы и связей с общественностью и журналистики.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1.2, ОПК-5.2, ПК-6.1, ПК-6.2 полученные в результате изучения дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», формирующих компетенции ПК-8.1, 8.2.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Общепрофессиональные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

	(или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	ОПК-2.2. Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государствен ных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественност ью и/или коммуникацио нных продуктов.
Медиакоммуникационна я система	ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникацио нных систем	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникацио нных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуни кационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы	ОПК-7.1. Знает принципы

и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам	социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
---	---	---

ОПК-7.2
 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в

ОПК-7.2.
 Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью» применяется ряд методов активного обучения и интерактивных взаимодействий, включающих: лекцию-беседу, лекцию-дискуссию, деловые игры, групповые дискуссии.

Аннотация дисциплины

Интегрированные коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы / 108 академических часов (4 сем.). Является дисциплиной обязательной части, изучается на 2 курсе (4 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 час., а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часо.

Язык реализации – русский

Целью изучения дисциплины является ознакомление студентов с интегрированными коммуникациями, как системой эффективного информационного продвижения в рамках коммуникационных кампаний.

Задачи:

1. Достижение понимания происходящих в современном информационном рынке процессов;
2. Выработка умения выбирать наиболее эффективные для достижения поставленной цели коммуникационные технологии;
3. Умение спланировать коммуникационную кампанию на основе концепции интегрированных коммуникаций.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

	иностранных языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых.
	Владеет навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых	Знает основные нормы современного русского языка и базовые принципы речевого взаимодействия на русском и иностранном языках
	Умеет грамотно, логически верно и аргументировано излагать свои мысли в процессе создания текстов и (или) иных коммуникационных продуктов на русском (или иностранном) языке; общаться на профессиональные темы в устной и письменной форме

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	Знает отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых.
	Владеет навыками создания востребованных обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Умеет отслеживать глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
	Владеет навыками отбора и внедрения в профессиональную деятельность современных цифровых инструментов, технических средств и программного обеспечения.
ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает необходимые действия для принятия решений в рабочих и нестандартных ситуациях в профессиональной деятельности
	Умеет нести социальную и этическую ответственность за принятые решения
	Владеет навыками принятия решений в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

Аннотация дисциплины

Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части.. Изучается на 2 курсе и завершается экзаменом (4 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента – 45 часов, контроль – 45 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью» – научить студентов проводить прикладное исследование в рекламе и связях с общественностью, используя набор наиболее эффективных методов.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. ознакомиться с основными методами изучения различных аспектов общественной жизни;
2. ознакомиться с ролью, которые эти методы играют в формировании рекламной политики фирм и организаций;
3. изучить методики проведения прикладных исследований;
4. научиться практически пользоваться общедоступными методами сбора первичной информации;
5. изучить возможности прикладных исследований на примерах из сферы рекламы и PR в ходе лекционных занятий;
6. изучить процедуру проведения исследований.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-5, ОПК-7, ПК-6, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Теория и практика связей с общественностью, Социология массовых коммуникаций. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как

Интегрированные коммуникации, Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью, Копирайтинг и спичрайтинг, формирующих компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-4, ПК-7.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<p>Знает основные методы проведения прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Умеет применять данные из социологических источников, в том числе актуальных сборников статистических органов при проведении собственного прикладного исследования</p> <p>Владеет навыками по анализу полученной социологической и маркетинговой информации для формирования коммуникационных предложений целевой аудитории</p>
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и	<p>Знает процедуру отбора методов прикладного исследования для изучения запросов и потребностей целевой аудитории товаров и услуг</p> <p>Умеет производить отбор методов прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью для изучения запросов и потребностей целевой</p>

		(или) иных коммуникационных продуктов	аудитории Владеет навыками исследования потребностей целевой аудитории с последующим предложением рекламных и PR-обращений
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	Знает названия инструментов программного обеспечения, необходимых при проведении прикладного исследования в рекламе и связях с общественностью, а также принципы работы с этими инструментами Умеет производить отбор необходимого программного обеспечения (Microsoft Excel, Microsoft Access, SPSS for Windows и т.д.) в своей исследовательской деятельности в зависимости от выбранных методов Владеет навыками по эффективному и продуктивному использованию необходимого программного обеспечения при проведении прикладного исследования
Проектный	ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с	ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знает способы и приему поиска результатов ранее проведенных исследований по выбранной теме. Умеет провести самостоятельное исследование по выбранной теме и привлечь результаты проведенных ранее

	общественностью		исследований. Владеет навыками применения результатов исследований в процессе планирования кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.
--	-----------------	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

SMM-технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 2 курсе и завершается зачетом (4 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 54 часа.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «SMM-технологии в рекламе и связях с общественностью» – научиться создавать, вести и продвигать аккаунты и группы, созданные для привлечения потребителей, в социальных сетях и мессенджерах.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. изучить особенности формирования коммуникационной стратегии в social media и мессенджерах (VK, WhatsApp, Telegram и др.),
2. изучить особенности подхода к каждому каналу,
3. изучить визуальную и вербальную концепции SMM.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-5, ОПК-7, ПК-6, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Теория и практика связей с общественностью, Социология массовых коммуникаций. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Интегрированные коммуникации, Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью, Копирайтинг и спичрайтинг , формирующих компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-4, ПК-7.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

Организационный	ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1. Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	<p>Знает особенности SMM-коммуникации.и принципы продвижения товаров и услуг в сети Интернет.</p> <p>Умеет применять знания SMM в продвижении проекта в онлайн-среде.</p> <p>Владеет навыками продвижения товара и услуги с помощью SMM-коммуникации.</p>
		ПК-2.2 Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	<p>Знает принципы формирования стратегии SMM-продвижения.</p> <p>Умеет составлять и реализовывать стратегию SMM-продвижения товаров и услуг.</p> <p>Владеет навыками формирования и реализации стратегии SMM-продвижения как единолично, так и с привлечением команды.</p>
		ПК-2.3 Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	<p>Знает методы и способы оценки эффективности SMM-продвижения.</p> <p>Умеет применять знания методов и способов оценки эффективности SMM-продвижения, а также осуществлять контроль над членами команды.</p> <p>Владеет навыками контроля за проведением SMM-кампании.</p>
Проектный	ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию	ПК-8.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или)	Знает особенности и основные отличия проекта по продвижению компании, товара, услуги в социальных

	индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	связей с общественностью	<p>сетях и мессенджерах, может перечислить все документы по сопровождению подобного проекта.</p> <p>Умеет быстро и качественно разработать эффективный проект по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, определить сроки, финансовые затраты, ответственных на каждом этапе.</p> <p>Может организовать эффективную работу в проектной группе по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, подготовить базовые документы по сопровождению проекта</p>
--	--	--------------------------	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «SMM-технологии в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Копирайтинг и спичрайтинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц / 108 академических часа. Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 2 курсе (4 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа.

Язык реализации – русский

Цель: формирование навыков анализа и создания рекламных и PR-текстов, а также подготовки устных выступлений.

Задачи:

- изучение особенностей копирайтинга в рекламе и связях с общественностью;
- овладение технологией создания рекламных и PR-текстов, а также текстов устных выступлений;
- обучение навыкам анализа рекламных и PR-текстов;
- обучение навыкам анализа структуры и содержания текстов устных выступлений.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
--	--	--

Продукт профессиональной деятельности	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-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Культура	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК -3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1; Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
Технологии	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.2 При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
<p>ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p>Знает основы основы копирайтинга; основные положения современной теории медиатекста; технологию подготовки публичного высказывания, а также формы его бытования, информационные технологии его воплощения</p> <p>Умеет анализировать структуру, композицию и содержание рекламных и PR-текстов; составлять рекламные и PR-тексты в соответствие с коммуникативными задачами готовиться к публичному выступлению и готовить к публичному выступлению людей с несформированным коммуникативным навыком публичного общения</p> <p>Владеет навыками копирайтинга в рекламе и связям с общественностью; приемами создания текста по заданным параметрам; навыками подготовки ораторской речи, методиками обучения ораторскому мастерству</p>
<p>ОПК -1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>Знает законы логического построения текста устной и письменной речи, а так же принципы и приемы аргументации</p> <p>Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; создавать тексты и документы в сфере связей с общественностью и рекламы</p> <p>Владеет навыками грамотной устной и письменной речи; базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения; навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>
<p>ОПК -3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.</p>	<p>Знает основные творческие техники и технологии создания рекламных текстов с учетом достижений отечественной и мировой культуры</p> <p>Умеет использовать мировой и отечественный опыт копирайтинга с учётом тенденций развития этой сферы на современном этапе</p> <p>Владеет навыками разработки нескольких вариантов решений, поиска нестандартных и наиболее приемлемых решений творческих задач</p> <p>Формулирует концепцию научного исследования.</p>

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-4.1; Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Способен использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью
ПК-7.2 При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде	Способен владеть умениями подготовки текстов рекламы и ПР, использовать технологии копирайтинга

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Копирайтинг и спичрайтинг» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: интреактивная лекция - визуализация, метод кейс-стади, метод «круглого стола»)

Аннотация дисциплины

Внутрикорпоративные коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы / 108 академических часов (5 сем.). Является дисциплиной обязательной части, изучается на 3 курсе (5 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 час., а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа на третьем курсе в 5 семестре.

Язык реализации – русский

Целью курса является ознакомление студентов с системой управления внутренними потоками информации, направленными на создание благоприятного микроклимата организации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Внутренние коммуникации в организации» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. ознакомить с основными принципами организации и контроля коммуникационным процессом внутри организации;
2. ознакомить с современными коммуникативными технологиями влияния на персонал организации;
3. раскрыть формы и методы изучения внутренней среды организации, а также методы воздействия на внутреннюю целевую аудиторию;
4. изучить виды коммуникационных мероприятий в сфере формирования внутрикорпоративной культуры.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
--	--	--

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК -4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК -5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК -4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает сущность и процесс планирования исследования, составляющие плана исследования, виды исследований в рекламе и PR.
	Умеет составлять алгоритм исследования в рекламе и PR, разрабатывать план в соответствии с поставленной целью и навыками членов коллектива.
ОПК -5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в	Знает: структуру и основные типологии медийных рынков применительно к правовому регулированию

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Умеет разрабатывать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования
ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Умеет прогнозировать выявлять проблемы с учетом оценки возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений
	Владеет основными методами анализа и прогнозирования возможных эффектов воздействия на аудиторию разрабатываемых коммуникационных решений с учетом принципов социальной ответственности

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	<p>Знает основы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Умеет использовать полученные знания в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Владеет навыками участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>

Аннотация дисциплины

Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 3 курсе и завершается экзаменом (5 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 36 часов и подготовку к экзамену в количестве 54 часов.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» – изучение базовых методов, принципов и инструментов маркетинга в управлении рекламной и PR-деятельности предприятий.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- познакомить с базовыми методами, принципами, инструментами маркетинга и сформировать у студентов умения их практического использования;
- развить способности к пониманию и идентификации задач управления рекламной и PR-деятельностью с позиций теории маркетинга;
- сформировать основные навыки аналитической и управленческой деятельности, необходимые в профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Основы проектной деятельности» и формирующих следующие компетенции: ПК-3.2; ПК-5.1; ПК-5.2; ПК-6.1; ПК-6.2; ПК-7.5; ПК-8.3

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационные	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.2 Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения	Знает основы проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения Умеет проводить анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определять основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обосновывать расходы с использованием системы показателей эффективности продвижения Владеет навыками проведения анализа экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определения основных направлений расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей

			эффективности продвижения
Маркетинговые	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Умеет использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта Владеет навыками использования основных маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

	<p>ПК-5.2</p> <p>Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>	<p>Знает основы организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Умеет принимать участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p> <p>Владеет навыками участия в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта</p>
<p>ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования</p>	<p>ПК-6.1</p> <p>Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий.</p>	<p>Знает принципы необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; основы разработки и проведения маркетингового и социологического исследований; принципы отбора методов исследований, разработки его инструментария</p> <p>Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности;</p>

			<p>разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий</p> <p>Владеет навыками определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разработки и проведения маркетингового и социологического исследования; отбора методов исследований, разработки его инструментария</p>
		<p>ПК-6.2</p> <p>Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании</p>	<p>Знает основы обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала исследований; подготовки, осуществления полевых работ, обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании</p> <p>Умеет обосновывать необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовить, осуществлять полевые работы, обосновывать методы</p>

			<p>сбора и обработки данных в социологическом исследовании</p> <p>Владеет навыками обоснования необходимости использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательного потенциала исследований; подготовки, осуществления полевых работ, обоснования методов сбора и обработки данных в социологическом исследовании</p>
Технологические	<p>ПК-7</p> <p>Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций</p>	<p>ПК-7.5</p> <p>Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знает современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>Умеет использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>Владеет навыками использования современных технических средств и основных</p>

			технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Проектные	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.3 Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	Знает основы использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта Владеет навыками использования результатов исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 3 курсе и завершается зачетом (5 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 90 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» – сформировать у студентов представление об основных аспектах креативной составляющей рекламной и PR-деятельности, а также о существующих в зарубежной и отечественной практике комплексов креативных технологий в сфере рекламы и PR; освоить практические навыки применения креативных технологий в рекламной и PR-деятельности; обучить технологиям применения креативных технологий в рекламной и PR-деятельности.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- изучить теоретические основы технологий креатива в рекламной и PR-деятельности;
- дать представления об организации процесса разработки креатива и о возможностях нестандартного подхода к решению профессиональных задач, о необходимых маркетинговых и социологических исследованиях в процессе разработки, планирования, организации и проведении рекламных и PR-мероприятий;
- познакомить с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы и выработать навыки их практического применения.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы»,

«Теория и практика связей с общественностью», «Интегрированные коммуникации» и формирующих следующие компетенции: ОПК-7.2; ПК-4.2; ПК-7.3.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знает принципы отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом. Владеет навыками отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с

			принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Авторские	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Знает основы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
Технологические	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами Умеет применять знания об основных технологиях организации специальных мероприятий в работе с

	методы коммуникаций		различными целевыми группами Владеет навыками по применению основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
--	---------------------	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Редакторская подготовка рекламных материалов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 3 курсе и завершается экзаменом (5 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 36 часов, контроль – 54 часа.

Язык реализации: *русский*.

Цель освоения дисциплины: углубление знаний у студентов о стилистической дифференциации языка и стилистической принадлежности рекламных произведений.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания дисциплины решаются следующие задачи:

- формирование знаний о рекламных жанрах и их специфике, изучение специфических языковых особенностей рекламных текстов и способов языкового воздействия в рекламных произведениях;
- обобщение опыта устранения типичных ошибок в рекламных текстах;
- формирование навыков составления рекламных произведений различных жанров в зависимости от рекламного носителя и вида СМИ;
- овладение навыками литературного редактирования чужих и собственных материалов.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Эффекты	ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией	ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или)	Знает законы логического построения текста устной и письменной речи, а также принципы и приемы аргументации

	<p>медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p>	<p>медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</p>	<p>Умеет логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; создавать тексты и документы в сфере связей с общественностью и рекламы</p> <p>Владеет навыками грамотной устной и письменной речи; базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения, деловые отношения; навыками литературного редактирования, копирайтинга</p>
<p>Авторские</p>	<p>ПК-4</p> <p>Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-4.1.</p> <p>Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Способен использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью</p>

Аннотация дисциплины

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 3 курсе и завершается экзаменом (6 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 36 часов, практических – 36 часов (в том числе 12 часов в интерактивной форме), также выделены часы на самостоятельную работу студента - 18 часов и подготовку к экзамену в количестве 54 часов.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» – изучение основных методов, принципов и инструментов менеджмента и специфики их использования в управлении рекламной и PR-деятельности предприятий различной формы организации.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- познакомить с базовыми методами, принципами, инструментами теории управления с позиций теории менеджмента и сформировать у студентов умения их практического использования;

- развить способности к пониманию и идентификации задач управления рекламной и PR-деятельностью и обоснованию вариантов их решения;

- сформировать основные навыки управленческой деятельности, необходимые в профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы проектной деятельности» и формирующих следующие компетенции: ОПК-5.1; ПК-1.2; ПК-8.1; ПК-8.2

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Медиакоммуникационная система	<p>ОПК-5</p> <p>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</p>	<p>ОПК-5.1</p> <p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет использовать знания совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Владеет навыками использования совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p>
Организационные	<p>ПК-1</p> <p>Способен участвовать в реализации коммуникационных</p>	<p>ПК-1.2</p> <p>Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации</p>	<p>Знает принципы осуществления тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной</p>

	кампаний, проектов	коммуникационной стратегии	стратегии Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет навыками осуществления тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Проектные	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Знает основы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
		ПК-8.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знает принципы подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Умеет готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью

			Владеет навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
--	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Психология массовых коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 3 курсе и завершается экзаменом (6 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 35 часов, контроль – 54 часа.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Психология массовых коммуникаций» – ознакомление студентов с основными теоретическими и практическими основами психологии массовой коммуникации. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. Дать студенту основные знания по актуальным проблемам психологии массовой коммуникации.
2. Акцентировать внимание студентов на тех разделах курса, которые связаны с профилем их будущей профессии: сформировать у студентов язык профессионального общения через освоение понятий и терминов в сфере рекламных и PR-коммуникаций.
3. Познакомить студентов с основными понятиями, законами психологии массовой коммуникации.
4. Развить у студентов привычку к анализу коммуникаций, умение осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия.
5. Сформировать у студентов навыки практического применения полученных знаний путем лекционного разбора различных ситуаций, возникающих в процессе массовой коммуникации.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: УК-3, УК-6, ОПК-1,

ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, полученные в результате изучения дисциплин: Психология, Основы теории коммуникации, Интегрированные коммуникации, Медиакоммуникации: теория и практика. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Имиджелогия, Реклама и связи с общественностью в политике, формирующих компетенции ОПК-5, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает о средствах массовой коммуникации в парадигме социальной психологии; основные механизмы воздействия и типы факторов, влияющих на этот процесс Умеет владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения Владеет навыками коммуникации для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности	Знает теоретический материал, базовые установки и основные понятия, обеспечивающие понимание процессов массовой коммуникации, связанные с работой современных пресс-служб; иметь представление о

			<p>средствах массовой коммуникации в парадигме социальной психологии; знать психологию процесса массовой коммуникации; знать психологические модели убеждающего воздействия и психологические эффекты</p> <p>Умеет применять освоенные знания на практике; грамотно подготовиться к созданию эффективных рекламных и PR-мероприятий</p> <p>Владеет навыками анализа конкретных сообщений СМК</p>
--	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология массовых коммуникаций» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Имиджелогия

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 3 курсе и завершается экзаменом (6 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 36 часов и подготовку к экзамену в количестве 54 часов.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Имиджелогия» – знакомство с основными теоретическими категориями, понятиями, концепциями имиджелогии, методами исследования и механизмами формирования различных типов имиджей; знакомство с современными представлениями о роли и значимости феномена имиджа в практике рекламной и PR-деятельности; обучение планированию имиджевых рекламной и PR-кампании (товара, бренда, компании, личности и т.д.).

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- познакомить с методами и принципами имиджелогии и сформировать у студентов представления об имидже, типах имиджей, методиках формирования имиджа;
- познакомить с методами оценки различных типов имиджей;
- сформировать представления о роли рекламных и PR-технологий в формировании и управлении различных типов имиджей.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Основы теории коммуникации», «История рекламы и связей с общественностью», «Брендинг» и формирующих следующие компетенции: ПК-4.4; ПК-5.3; ПК-6.1; ПК-7.3.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Авторский	ПК -4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК – 4.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	Знает основные инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде Умеет применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде Владеет навыками применения инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде
Маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Знает основы мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Умеет применять знания для осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами Владеет навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами

	<p>ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования</p>	<p>ПК-6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы исследований, разрабатывает его инструментарий.</p>	<p>Знает основные факторы необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; принципы разработки и проведения маркетинговых и социологических исследований; принципы отбора методов исследований и его инструментария.</p> <p>Умеет определять необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывать и проводить маркетинговое и социологическое исследования; отбирать методы исследований, разрабатывать его инструментарий.</p> <p>Владеет навыками определения необходимости проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разработки и проведения маркетингового и социологического исследований; отбора методов исследований, разработки его инструментария.</p>
--	---	--	--

Технологические	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами Умеет применять знания об основных технологиях организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами Владеет навыками по применению основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
-----------------	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Имиджелогия» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Реклама и связи с общественностью в политике

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часов. Относится к дисциплинам обязательной части учебного плана, изучается на 3 курсе (6 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 36 час., а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа.

Язык реализации – русский.

Целью является формирование и совершенствование у бакалавров общепрофессиональных, профессиональных компетенций, необходимых для осуществления практической деятельности в соответствии с выбранным направлением подготовки через овладение базовыми теоретическими знаниями в сфере коммуникационных технологий политической рекламы, изучение особенностей формирования коммуникаций в политической рекламе, овладение путями, формами, средствами политических коммуникаций в политической рекламе.

Задачи:

- показать особенности политической рекламы и политического PR;
- проанализировать образы политической рекламы и политического PR;
- рассмотреть технологии политической рекламы и политического PR.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование профессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-2. Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет
ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и	ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

отечественного опыта	
ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения)
ПК-2.3. Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	Знает значение контроля при реализации стратегии продвижения
	Умеет оценивать эффективность продвижения проекта
	Владеет способностью создавать презентации, демонстрирующие реализацию стратегии продвижения в сети интернет
ПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	знает методы создания и соблюдения графика в процессе создания медиа текста и (или) продукта
	умеет распределять свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами
ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Знает основы технологий медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Умеет использовать технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта
	Владеет основными технологиями медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и офлайн - среде при реализации коммуникационного продукта

Аннотация дисциплины

Организационные основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы / 108 академических часа. Является дисциплиной обязательной части учебного плана, изучается на 3 курсе (7 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 часа, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа.

Язык реализации - русский

Цель:

сформировать у студентов понимание особенностей работы отделов рекламы и связей с общественностью в коммерческих, общественных и политических организациях, а также дать представление о работе отделов в рекламных и PR-агентствах.

Задачи:

1. Изучить основные направления работы отделов рекламы и связей с общественностью, виды деятельности, варианты структур.
2. Изучить структуру рынка маркетинговых коммуникаций и типов подрядчиков.
3. Изучить этику коммуникации между заказчиком и исполнителем рекламной и(или) PR-кампании.
4. Изучить основные принципы составления плана проведения и организации рекламной и PR-кампании.
5. Получить знания о работе отделов в рекламном и(или) PR-агентстве и о взаимодействии этих отделов друг с другом в процессе решения коммуникационных задач.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов	Знает особенности работы отделов рекламы и связей с общественностью в коммерческих, политических и общественных организациях, а также в рекламных и PR-агентствах
	Умеет формировать план рекламной и(или) PR-кампании и знает схемы взаимодействия с основными подрядчиками на

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	медиарынке
	Владеет комплексом инструментов по рекламному и PR-продвижению продукта с учетом медиакоммуникационной системы и возможностей взаимодействия с ключевыми акторами медиарынка
ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знает этические нормы рекламной и PR-коммуникации: правила деловой переписки, этические стандарты профессионала по связям с общественностью, этические нормы производства и размещения рекламной информации
	Умеет ориентироваться в поле инструментов рекламной и PR-коммуникации для эффективного продвижения продукта, в том числе с учетом профессиональных этических норм
	Владеет навыками по работе в рекламном и(или) PR-отделе, начиная с исследовательского и аналитического этапов и заканчивая проведением кампании и анализом ее эффективности

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
--	--

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
<p>ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p>	<p>Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Умеет использовать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Владеет навыками функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p>

Аннотация дисциплины

Антикризисные связи с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 4 курсе (7 сем.) и завершается экзаменом, защитой курсовой работы. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часов, на контроль – 36 часов.

Язык реализации – русский.

Цель: освоить знания, навыки и компетенции дисциплины в различных сферах жизнедеятельности общества и в различных условиях коммуникации на этапах прогнозирования, профилактики кризисных ситуациях, реагирования и управления коммуникациями организации в период кризиса, а также управления коммуникациями организации в пост-кризисный период.

Задачи:

- сформировать способности осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

- сформировать способности определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

- сформировать способности осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

- сформировать способности учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

- сформировать способности отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций (при наличии)	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом	Знает этические нормы рекламной и PR-коммуникации: правила деловой переписки, этические стандарты профессионала по связям с общественностью, этические нормы производства и размещения рекламной информации Умеет ориентироваться в поле инструментов рекламной и PR-коммуникации для эффективного продвижения продукта, в том числе с учетом профессиональных этических норм Владеет навыками по работе в рекламном и(или) PR-отделе, начиная с исследовательского и аналитического этапов и заканчивая проведением кампании и анализом ее эффективности
---------	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Антикризисные связи с общественностью» применяются следующие методы активного и интерактивного взаимодействия между преподавателем и студентами, между самими студентами: проблемная лекция, лекции-презентации, групповая дискуссия, работа в малых группах, психологический практикум, доклады-презентации студентов, выполнение ситуационных задач.

Аннотация дисциплины

Медиаэкономика

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 4 курсе и завершается экзаменом (7 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 45 часов, контроль – 45 часов.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Медиаэкономика» – овладение слушателями теоретическими знаниями экономики рекламы и связей с общественностью и практическими навыками в организации экономически устойчивых СМИ.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. ознакомить слушателей с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ и коммуникационных агентств;
2. формирование у студентов умений в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;
3. развитие у студентов навыков самостоятельной работы с научной литературой и различными источниками информации по вопросам экономики и менеджмента.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-5, ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, полученные в результате изучения дисциплин: Медиакоммуникации: теория и практика, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Маркетинг в рекламе и связях с общественностью. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Антикризисные связи с общественностью, Событийные коммуникации, Современная пресс-служба, формирующих компетенции ОПК-2, ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Прогнозирует результаты личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата предпринимательской деятельности	<p>Знает историю развития мировой и отечественной экономики</p> <p>Умеет применять на практике знание базовых принципов функционирования экономики в России</p> <p>Владеет навыками анализа уровней экономического развития медиаорганизаций в стране, регионе, крае, городе</p>
		УК-9.2. Применяет базовые экономические знания для решения задач в различных областях жизнедеятельности	<p>Знает основные алгоритмы принятия экономических решений в разных областях жизнедеятельности, включая медиа</p> <p>Умеет применять изученные алгоритмы на практике, планировать деятельность организации с учетом экономической ситуации</p> <p>Владеет навыками анализа текущей экономической ситуации в стране и регионе для принятия экономических решений в организации</p>

Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	<p>Знает методы социологических исследований и технологии анализа социологических данных</p> <p>Умеет соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <p>Владеет навыками анализа социологических данных для прогнозирования запросов общества и отдельных групп целевой аудитории</p>
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<p>Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>Умеет применять полученные знания на практике для эффективного планирования экономического развития медиаорганизации</p> <p>Владеет навыками анализа и интерпретации политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном,</p>

<p>Организационный</p>	<p>ПК-3. Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-3.2 Проводит анализ экономических эффектов от реализации стратегии продвижения; определяет основные направления расходования средств согласно разработанной стратегии продвижения; обоснования расходов с использованием системы показателей эффективности продвижения</p>	<p>Знает методы оценки экономической эффективности медиакоммуникационного проекта и продукта. Умеет проводить анализ экономической эффективности проекта и определять основные направления расходования средств на продвижение. Владеет навыками формирования финансовых документов до и в процессе реализации кампании, а также финансовой отчетности по ее завершению.</p>
------------------------	---	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Медиаэкономика» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Событийные коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 4 курсе и завершается экзаменом (7 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 54 часа и подготовку к экзамену в количестве 36 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Событийные коммуникации» – формирование системы знаний об основах методологии управления событийным менеджментом, технологий использования событийных (event) – коммуникаций в стратегии продвижения товаров/услуг/предприятий.

Задачи курса:

- изучить методы, принципы, технологии и инструменты event-менеджмента;
- ознакомиться со спецификой использования event – коммуникаций в стратегии продвижения товаров/услуг/предприятий и сформировать у студентов умения их практического использования;
- сформировать основные практические навыки при планировании, разработке и проведении специальных мероприятий, необходимые в профессиональной деятельности бакалавра рекламы и связей с общественностью.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы проектной деятельности» и формирующих следующие компетенции: ПК-2.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-7.3; ПК-7.4

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационный	ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	<p>Знает основы эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн – среде</p> <p>Умеет осуществлять эффективное продвижение проекта и планировать стратегию продвижения в онлайн – среде</p> <p>Владеет навыками стратегического планирования эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн – среде</p>
Авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	<p>Знает основы создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>Умеет создавать информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применять творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p>

			<p>Владеет навыками создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применения творческих решений с учетом мирового и отечественного опыта</p>
		ПК-4.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	<p>Знает основы создания сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>Умеет создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p> <p>Владеет навыками создания основ сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>
Технологические	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	<p>Знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>Умеет применять знания об основных технологиях организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p> <p>Владеет навыками по применению основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными</p>

			целевыми группами
		ПК-7.4 Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	<p>Знает основы формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Умеет формировать корпоративную культуру организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>Владеет навыками формирования корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Событийные коммуникации» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Современная пресс-служба

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной обязательной части учебного плана, изучается на 4 курсе (7 сем.) и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 36 часов, практических 18 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 63 часа, контроль – 27 часов.

Язык реализации - русский

Цель:

развитие знаний студентов в области профессионально-ориентированных коммуникаций и выработка навыков эффективной коммуникации в рамках работы пресс-служб, отделов по рекламе и связям с общественностью и иных структурных подразделений, которые ориентированы на взаимодействие со СМИ и блогосферой

Задачи:

1. Раскрыть основные принципы работы современных пресс-служб.
2. Дать понятие о системе взаимодействия со СМИ.
3. Рассмотреть вопрос кадровых требований к сотрудникам современной пресс-службы и их профессиональных компетенций и необходимых навыков.
4. Раскрыть особенности работы с блогосферой.
5. Определить принципы оценки деятельности пресс-служб и внутреннего контроля в данной сфере профессиональной деятельности

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
-----------	--	--	--

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК -1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<p>Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Умеет использовать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью</p> <p>Владеет навыками функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.</p>
	ПК -2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК -2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	<p>Знает основы эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн – среде</p> <p>Умеет осуществлять</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			<p>эффективное продвижение проекта и планировать стратегию продвижения в онлайн – среде</p> <p>Владеет навыками стратегического планирования эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн – среде</p>
	<p>ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p>	<p>Знает основы формирования оптимального бюджета для реализации стратегии продвижения; обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p> <p>Умеет формировать оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			<p>финансовых возможностей заказчика</p> <p>Владеет навыками формирования оптимального бюджета для реализации стратегии продвижения; обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p>
Технологический	<p>ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций</p>	<p>ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде</p>	<p>Знает основы применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов коммуникаций</p> <p>Умеет применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций</p> <p>Владеет навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов коммуникаций</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Знает основы реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Умеет реализовать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеет навыками реализации типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

Аннотация дисциплины

Визуальный мерчендайзинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 4 курсе и завершается зачетом (7 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 54 часа.

Язык реализации: *русский*.

Цель курса «Визуальный мерчендайзинг» – изучение теоретических основ и приобретение знаний и умений в области общего и визуального мерчендайзинга.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- изучить основные теоретические положения мерчендайзинга, реализующиеся в практической деятельности торговых предприятий.

- сформировать у студентов основы знаний, умений и профессиональных навыков по применению методологии общего и визуального мерчендайзинга в практической деятельности.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Основы теории коммуникации», «Теория и практика рекламы», «Теория и практика связей с общественностью», «Интегрированные коммуникации», «Брендинг» и формирующих следующие компетенции: ПК-1.3; ПК-5.1; ПК-7.3 .

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Организационные</p>	<p>ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>Знает основы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Умеет использовать полученные знания в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Владеет навыками участия в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>
<p>Маркетинговые</p>	<p>ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-5.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знает основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>Умеет использовать основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта</p> <p>Владеет навыками использования основных</p>

			маркетинговых инструментов при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
Технологические	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами Умеет применять знания об основных технологиях организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами Владеет навыками по применению основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Визуальный мерчендайзинг» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Современные технологии в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы / 108 академических часа. Является дисциплиной обязательной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 4 курсе (8 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа.

Язык реализации – русский

Цель: изучить инновационные методы и технологии выстраивания коммерческих коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи:

- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии;
- рассмотреть инновационные технологии в рекламной и PR-практиках.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------	---	--

Общество и государство	<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>ОПК -2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.</p>
------------------------	---	--

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Медиакоммуникационная система	ОПК -5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК -5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Эффекты	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК -2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.	Знает основные тенденции развития общественных и государственных институтов
	Умеет создавать рекламные тексты и прочие коммуникационные продукты с применением новейших технологий и учетом основных тенденций развития государственных и общественных

институтов

Владеет: применяет на практике при создании коммуникационных продуктов знания магистральных направлений развития современной отечественной социально-политической системы

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ОПК -5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знает специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, а также специфику реализации инновационных проектов и методов рекламы и PR
	Умеет проводить анализ эффективности конкретных коммуникационных процессов в определенной сфере экономики
	Владеет навыками внедрения новейших технологий в область рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	Знает алгоритмы работы с современными цифровыми устройствами, платформами и программными обеспечениями на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	Умеет аргументировано объяснять необходимость и эффективность внедрения новейших технологий в рекламе и связях с общественностью, а также проводить оценку существующих коммуникационных сообщений с применением новейших технологий
	Владеет необходимыми навыками по созданию макета рекламного или PR-сообщения применением новейших технологий

Аннотация дисциплины

Конгрессно-выставочная деятельность

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 4 курсе и завершается экзаменом (8 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 36 часов и подготовку к экзамену в количестве 54 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Конгрессно-выставочная деятельность» – сформировать у студентов знания, навыки и компетенции, позволяющие эффективно решать задачи, соответствующие их квалификации, разрабатывать программу конгрессно - выставочной деятельности предприятия, эффективно реализовывать планы участия предприятий в выставках, конгрессах и других видах деловых мероприятий, в соответствии с целями и задачами плана маркетинга предприятия.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

а) изучить основные теоретические положения выставочного менеджмента и сформировать у студентов умение организовывать работу по рекламированию производимой продукции или выполняемых услуг предприятий коммерческой сферы экономики с целью их продвижения на рынки сбыта, информируя потребителей о качестве и отличительных свойствах рекламируемых товаров и услуг через выставки/ярмарки, как инструмента маркетинга и другие формы деловых мероприятий;

б) сформировать у студентов основы знаний, умений и профессиональных навыков по применению методологии конгрессно-выставочного менеджмента в практической рекламной и PR-деятельности в коммерческой сфере экономики.

в) продолжить формирование у студентов навыков осуществления руководства, планирования и координации проведения рекламных мероприятий и кампаний на всех этапах конгрессно-выставочной деятельности предприятия.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Основы проектной деятельности» и формирующих следующие компетенции: ПК-7.3; ПК-7.5; ПК-8.1.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Технологические	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Знает основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами Умеет применять знания об основных технологиях организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами Владеет навыками по применению основных технологий организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
		ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного	Знает современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта Умеет использовать

		продукта	<p>современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>Владеет навыками использования современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>
Проектные	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>Знает типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Умеет определять для осуществления профессиональной деятельности необходимые типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеет навыками применения типовых алгоритмов проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины

«Конгрессно-выставочная деятельность» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Медиарилейшнз и технологии конструирования контента

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 4 курсе и завершается экзаменом (8 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 45 часов, контроль – 45 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Медиарилейшнз и технологии конструирования контента» – развитие знаний студентов в области медиарилейшнз, формирование понимания особенностей медиа и медиакommunikации, получение знаний о совместной работе журналистов и представителей сферы связей с общественностью.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. изучить типы медиа и медийного контента, основы медиарилейшнз,
2. сформировать системное понимание принципов взаимодействия профессионального работника сферы связей с общественностью с представителями различных медиа,
3. научиться производить отбор эффективных PR-инструментов в зависимости от используемого типа медиа,
4. освоить первичные навыки и умения сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-4, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Основы теории коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Работа с текстом в профессиональной сфере. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Современные технологии в рекламе и связях с общественностью, Конгрессно-выставочная деятельность,

формирующих компетенции ОПК-2, ОПК-5, ОПК-6, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационный	ПК -2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	<p>Знает понятие проекта, отличительные особенности онлайн проекта, способы продвижения и оценки эффективности проекта в онлайн среде</p> <p>Умеет применять полученные знания о способах продвижения и оценки эффективности проекта в онлайн среде, работая в команде медиаспециалистов</p> <p>Владеет навыками этичной и эффективной коммуникации с представителями медиасферы для успешной реализации проекта в онлайн среде</p>
		ПК -2.2 Составляет и реализует стратегии продвижения проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	<p>Знает алгоритм формирования проекта и стратегии его продвижения в сети интернет</p> <p>Умеет составлять стратегию продвижения онлайн проекта, в том числе за счет эффективной коммуникации с другими представителями медиасферы</p> <p>Владеет навыками самостоятельного составления и реализации онлайн-проектов за счет</p>

			<p>эффективной коммуникации с представителями медиасферы</p>
		<p>ПК -2.3 Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет</p>	<p>Знает инструменты продвижения продукта в сети интернет, способы оценки эффективности проекта в онлайн среде</p> <p>Умеет проконтролировать осуществление собственного онлайн проекта, а также нивелировать возникающие проблемы в его осуществлении, в том числе за счет эффективной коммуникации с представителями медиасферы</p> <p>Владеет навыками этичной эффективной коммуникации с представителями медиасферы</p>
Авторский	<p>ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>Знает типологию текстов в сфере рекламы и PR, а также возможности сторителлинга, продюсирования и самостоятельного создания аудио-, фото- и видео контента</p> <p>Умеет создавать необходимый контент в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации</p> <p>Владеет навыками по созданию рекламного или PR-контента для продвижения продукта посредством разных</p>

			каналов коммуникации
Технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	Знает технологии медиарилейшнз и медиапланирования, типы медиа и медийного контента Умеет разрабатывать медиаплан исходя из специфики продвигаемого продукта, применять технологии медиарилейшнз в коммуникации с представителями медиа Владеет навыками коммуникациями с представителями медиа в онлайн и офлайн среде, а также навыками разработки медиаплана для выбранного продукта

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Медиарилейшнз и технологии конструирования контента» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Создание видеоконтента в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц / 108 академических часа. Является дисциплиной обязательной части учебного плана, изучается на 2 курсе (4 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 36 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часа.

Язык реализации – *русский*.

Цель: освоения дисциплины «Создание видеоконтента в РСиО» является формирование у студентов профессиональных компетенций, связанных с разработкой и производством видео, как инструмента продвижения бренда.

Задачи:

- Изучить основы организации работы отдела по созданию видеоконтента.
- Знать структуру видеопроизводства, основы создания и продвижения Youtube-канала как пишется и оформляется сценарий для съемок.
- Понимать специфику креативной работы по созданию видео, как пишется и оформляется сценарий для съемок.
- Уметь создавать контент-стратегию исходя из цели продвижения, ставить задачи на производство видео, исходя из маркетинговых задач бренда. составить бриф на видео, исходя из целей продвижения
- Анализировать работу специалиста коммуникационного агентства.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------	---	--

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Организационно-управленческий	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1; Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Организационный	ПК -2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1; Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде
	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Авторский	ПК-4. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Создание видеоконтента в РСиО» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: интреактивная лекция - визуализация, метод кейс-стади, метод «круглого стола»)

Аннотация дисциплины

Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачётных единиц / 180 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к обязательной части. Изучается на 3 курсе и завершается экзаменом (5 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 72 часа и подготовку к экзамену в количестве 54 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью» – изучение основных понятий и технологии медиапланирования в рекламе и связях с общественностью для понимания сущности рекламных и бизнес-процессов, а также формирование у студентов базового комплекса знаний и навыков, необходимых для эффективного управления коммуникациями в различных социальных сферах и на государственных и коммерческих предприятиях.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

- познакомить студентов с основополагающие понятия, термины и категории медиапланирования;
- сформировать у студентов знания основных параметров медиапланирования этапов процесса планирования рекламных кампаний, моделей прогнозирования рейтинга;
- способствовать овладению исследовательским инструментарием, который используется в процессе медиапланирования;
- дать студентам конкретные навыки медиапланирования, приемы и принципы составления медиапланов, основываясь на конкретно заданных параметрах составления медиаплана и оценки его эффективности;
- дать представление о сущности и структуре основных документов медиапланирования;
- сформировать навык ситуационного анализа (товар, аудитория, рынок)

- рассказать об отличиях медийного планирования от других видов деятельности специалиста в рекламной практике;

- овладение технологиями выбора рекламных носителей.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы предварительные компетенции, полученные в результате изучения дисциплин «Основы теории коммуникации», «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Медиакоммуникации: теория и практика» и формирующих следующие компетенции: ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-2.1; ПК-3.1; ПК-7.1; ПК-8.2

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	Знает функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Умеет использовать функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Владеет навыками функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или)

			связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.
		ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<p>Знает основы тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Умеет использовать тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>Владеет навыками тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p>
	ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК-2.1 Участвует в процессе эффективного продвижения проекта и осуществляет успешную стратегию продвижения в онлайн среде	<p>Знает основы эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн - среде</p> <p>Умеет применять знания эффективного продвижения проекта и осуществления успешной стратегии продвижения в онлайн - среде</p> <p>Владеет навыками эффективного продвижения проекта и осуществления успешной</p>

			стратегии продвижения в онлайн – среде.
ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Знает основы формирования оптимального бюджета для реализации стратегии продвижения; обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Умеет формировать оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
			Владеет навыками формирования

			<p>оптимального бюджета для реализации стратегии продвижения;</p> <p>обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика.</p>
Технологические	<p>ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций</p>	<p>ПК-7.1 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций</p>	<p>Знает основы применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов коммуникаций</p> <p>Умеет применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций</p> <p>Владеет навыками применения в профессиональной деятельности основных технологических решений, технических средств, приемов и методов коммуникаций</p>

Проектные	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знает основы подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Умеет готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью Владеет навыками подготовки основных документов по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.
-----------	---	---	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Медиапланирование в рекламе и связях с общественностью» применяются следующие образовательные технологии обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Политическая реклама

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единиц / 108 академических часа. Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 4 курсе (7 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 72 часа.

Язык реализации – русский

Цель: является выработка целостного представления о месте и роли политической рекламы в конструировании политических дискурсов, понимание их назначения в политической коммуникации и формирование на этой основе теоретико-методологической культуры анализа символической природы политических явлений и процессов. Курс позволяет овладеть практическими навыками применения базовых аналитических методик понимания и оценки эффективности технологии политического позиционирования акторов и процессов политической системы.

Задачи:

- понимать дискурсивную природу политической сферы современного общества;
- уяснить процесс производства дискурсов и роль рекламы в этом;
- выявить технологию продвижения в поле политики политических артефактов;
- понимать политическую рекламу как важный элемент политического менеджмента;
- правильно конструировать символы и образы, для легитимизации политических решений и проведения политических кампаний.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине.

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационно-управленческий	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.2; Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Авторский	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.1; Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
Авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.2; Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта
Технологии	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
--	--

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.2; Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает основы организации работы по связям с инвесторами Умеет организовывать собственную работу и работу команды по разработке проекта коммуникации в сфере PR
ПК-3.1; Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Умеет бюджетировать реализацию стратегии продвижения и обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения Умеет вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
ПК-4.2; Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-7.3Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Способен владеть навыками организации мероприятий в работе с различными целевыми группами

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Политическая реклама» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: интрактивная лекция - визуализация, метод кейс-стади, метод «круглого стола»)

Аннотация дисциплины

Технологии взаимодействия с органами власти

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часа. Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), изучается на 4 курсе (7 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 72 часов.

Язык реализации - русский

Цель:

обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими познаниями и навыками профессиональной работы с технологиями связей с общественностью для использования в сфере взаимодействия с государственными структурами. Курс имеет чётко выраженную профессионально-практическую направленность, предполагает возможность использования различных вариантов организации занятий, включающих систему самостоятельных заданий.

Задачи:

- усвоить теоретические основы управления общественными отношениями;
- получить комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом;
- развить коммуникативные и организаторские навыки, аналитическое мышление;
- дать практические навыки и умения деятельности в сфере информационного лоббизма.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы
Технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-5.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Владеет практическими навыками взаимодействия с участниками рекламного процесса, включая получение данных от референтных групп об особенностях

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p data-bbox="683 219 1145 248">восприятия рекламного продукта</p> <p data-bbox="683 327 1410 443">Знает прикладные способы изучения общественного мнения и маркетинговых исследований в профессиональной сфере</p> <p data-bbox="683 483 1497 555">Способен работать с данными разных референтных групп, сводя данные к единому знаменателю</p>
<p data-bbox="164 678 659 920">ПК-6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы</p>	<p data-bbox="683 595 1497 752">Умеет формировать задачи (задания) для социологических и маркетинговых исследований, контролировать достоверность и качество исследований, владеет основами прикладного социологического инструментария</p> <p data-bbox="683 813 1362 842">Способен организовывать полевые исследования</p> <p data-bbox="683 902 1302 974">Имеет навыки работы с социологическими и исследовательскими агентствами</p>
<p data-bbox="164 1155 659 1312">ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами</p>	<p data-bbox="683 1021 1497 1137">Владеет приемами организации специальных мероприятий рекламного характера, прежде всего выставок и ярмарок, а также иных форм взаимодействия с потребителями.</p> <p data-bbox="683 1189 1474 1261">Умеет организовывать мероприятия PR-характера, такие как семинары, акции, митинги и т.д.</p> <p data-bbox="683 1312 1485 1429">Способен оценивать эффективность таких мероприятий и их влияние на общую стратегию продвижения заказчика (рекламодателя)</p>

Аннотация дисциплины

Технологии управления общественным мнением

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часа (8 сем.). Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), изучается на 4 курсе (8 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 32 час., а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 58 часов.

Язык реализации – русский

Целью курса является ознакомление студентов с основными технологиями управления общественным мнением в рамках демократического государства. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Технологии управления общественным мнением» сосредотачивается на паблик рилейшнз и рекламе как легитимных средствах влияния на общественность и общественное мнение.

Основные задачи курса:

1. Дать теоретическое и практическое представление о сущности общественности и общественного мнения;
2. Научить сегментировать группы общественного мнения, определять приоритетные и целевые группы общественности;
3. Рассмотреть аспекты влияния на общественное мнение;
4. Рассмотреть паблик рилейшнз как технологию управления общественным мнением;
5. Рассмотреть рекламы как технологию управления общественным мнением.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
маркетинговый	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК -6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы
технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
проектный	ПК-8. Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -6.1 Определяет необходимость проведения исследований в своей профессиональной деятельности; разрабатывает и проводит маркетинговое и социологическое исследования; отбирает методы	Знает особенности маркетинговых и социологических исследований, их различия, методы прикладных количественных и качественных исследований, возможности персонала при проведении маркетинговых и социологических исследований
	Умеет ориентироваться в различиях между социологическими и маркетинговыми исследованиями, производить выбор методов в зависимости от цели исследования, производить отбор персонала в зависимости от вида исследования
ПК-7.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Умеет осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата в рамках организации специальных мероприятий.
	Владеет навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели в рамках организации специальных мероприятий.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-8.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Организовывает работу команды, определяет стратегию ее деятельности
	Эффективно мотивирует команду для успешного выполнения поставленных целей

Аннотация дисциплины

Научные коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часа (8 сем.). Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплины по выбору), изучается на 4 курсе (8 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 32 час., а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 58 часов.

Язык реализации - русский

Цель:

Расширение знаний, умений и навыков студента в области научной коммуникации.

Задачи:

1. Дать понятие о системе, способах и формах современной научной коммуникации.
2. Представить систему возможных научных траекторий студента.
3. Сформировать у студента навыки трансляции результатов научной деятельности исходя из специфики научной коммуникации.
4. Сформировать у студента навыки непосредственного и опосредованного научного общения.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
-----------	--	--	--

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК -1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	<p>Знает основы бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат.</p> <p>Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании</p> <p>Владеет навыками применения на практике умения оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств</p>
	ПК -2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний	ПК -2.3 Осуществляет надлежащий контроль при реализации стратегии продвижения в информационно-телекоммуникационной сети интернет	<p>Знает значение контроля при реализации стратегии продвижения</p> <p>Умеет оценивать эффективность продвижения проекта</p> <p>Владеет способностью создавать презентации, демонстрирующие реализацию стратегии продвижения в сети интернет</p>
	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета	ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения;	Знает основы формирования оптимального бюджета для реализации

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	<p>продвижения коммуникационного продукта</p>	<p>обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p>	<p>стратегии продвижения; обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p> <p>Умеет формировать оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывать необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычислять экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика</p> <p>Владеет навыками формирования оптимального бюджета для реализации стратегии продвижения; обоснования необходимых расходов согласно показателям эффективности продвижения; вычисления экономического эффекта от реализации стратегии продвижения</p>

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
			с учетом финансовых возможностей заказчика

Аннотация дисциплины

Территориальный брендинг

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётные единицы / 108 академ. часов. Является дисциплиной, относящейся к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплиной по выбору). Изучается на 2 курсе и завершается экзаменом (4 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 27 часов, контроль – 27 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Территориальный брендинг» – получение знаний в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе; формирование понимания специфики территориального брендинга как коммуникативной технологии, сопровождающей развитие территорий

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. исследовать факторы, влияющие на формирование имиджа и бренда территорий, брендование территории в определенном сегменте;
2. фокусировать знания о брендинге территорий, как инструменте решения задач их социально-экономического развития;
3. рассмотреть механизмы информационного брендинга территорий; раскрытие основных понятий брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
4. сформировать понимание предпосылок возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов; овладение навыками разработки территориальных брендов с последующей оценкой эффективности деятельности.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть

сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-4, ПК-6, ПК-7, ПК-8, полученные в результате изучения дисциплин: Теория и практика рекламы, Основы теории коммуникации, Теория и практика связей с общественностью, Работа с текстом в профессиональной сфере, Брендинг. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Правовые и этические вопросы в рекламе и связях с общественностью, Интегрированные коммуникации, Прикладные исследования в рекламе и связях с общественностью, SMM-технологии в рекламе и связях с общественностью, Копирайтинг и спичрайтинг, формирующих компетенции ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-2, ПК-4, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.5 Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знает основы современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта при продвижении бренда территории. Умеет использовать современные технические средства и основные

			<p>технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта при продвижении бренда территории</p> <p>Владеет современными техническими средствами и основными технологиями цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта при продвижении бренда территории</p>
Проектный	<p>ПК-8</p> <p>Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и</p>	<p>ПК-8.2 Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>	<p>Знает особенности и основные отличия проекта по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, может перечислить все документы по сопровождению подобного проекта.</p>

	связей с общественностью		<p>Умеет быстро и качественно разработать эффективный проект по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, определить сроки, финансовые затраты, ответственных на каждом этапе.</p> <p>Может организовать эффективную работу в проектной группе по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, подготовить базовые документы по сопровождению проекта</p>
		<p>ПК-8.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p>знает источники получения информации о результатах исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>умеет применять результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании</p>

			<p>коммуникационного продукта</p> <p>владеет навыками поиска и анализа исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
--	--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Территориальный брендинг» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Визуализация информации и инфографика

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 2 курсе и завершается экзаменом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, а также практических занятий в объеме 36 часов (из них с использованием МАО – 36 часов), а также выделены часы на самостоятельную работу студента - 27 часов.

Язык реализации: русский

Цель дисциплины: является дать знания в области эффективных невербальных способов представления информации в СМИ.

Задачи дисциплины:

- знать методы визуализации информации
- знать главные формы инфографики и методы их функционирования.
- знать основные инструменты визуализации информации в СМИ
- разновидности визуального и мультимедийного контента в разработке СМИ и интернет-проектах
- применять программные средства разработки для создания инфографики и визуализации данных.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-7.1 полученные в результате изучения дисциплины «Визуализация информации и инфографика». Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Визуализация информации и инфографика», формирующих компетенции ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-7.1.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине.

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационно-управленческий	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.3; Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-4.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта
Технологии	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-1.3; Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	Знает основы организации работы по связям с инвесторами Умеет организовывать собственную работу и работу команды по разработке проекта коммуникации в сфере PR
ПК-4.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	Формулирует концепцию научного исследования Способен использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-7.1 При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде	владеть знаниями возможностей медиапланирования при создании коммуникационных продуктов

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Визуализация информации и инфографика» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: интреактивная лекция - визуализация, метод «круглого стола».

Аннотация дисциплины

Социальная реклама

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академ. часа. Является дисциплиной, относящейся к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплиной по выбору). Изучается на 3 курсе и завершается зачетом (6 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических – 36 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 54 часа.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Социальная реклама» – ознакомление студентов с феноменом социальной рекламы и основными технологиями создания и продвижения социальной рекламы как на отечественном, так и зарубежном опыте. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Социальная реклама» сосредотачивается на теоретических и практических аспектах функционирования социальной рекламы в современном информационном обществе.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

5. Дать теоретическое и практическое представление о сущности социальной рекламы;

6. Рассмотреть аспекты влияния социальной рекламы на общественные процессы;

7. Рассмотреть социальную рекламу как технологию формирования определенных установок и ценностей в обществе;

8. Рассмотреть проблемы функционирования социальной рекламы в современном обществе.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-7, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, полученные в результате изучения дисциплин: Социология массовых коммуникаций, Креативные технологии в рекламе и связях

с общественностью, Маркетинг в рекламе и связях с общественностью. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Психология массовых коммуникаций, Имиджелогия, Реклама и связи с общественностью в политике, формирующих компетенции ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	Знает основы бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат. Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании Владеет навыками применения на практике умения оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств
	ПК -2 Способен осуществлять	ПК -2.2 Составляет и реализует стратегии продвижения	Знает методы интерпретации реакции потребителей на рекламу.

	стратегическое планирование интернет-кампаний	проекта в информационно-телекоммуникационной сети интернет	<p>Умеет отслеживать реакцию на рекламные сообщения в разных информационных источниках.</p> <p>Владеет принципами отслеживания реакции референтных групп на рекламные и информационные сообщения как в традиционных медиа, так и в блогосфере</p>
Проектный	<p>ПК-8</p> <p>Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-8.1 Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>Знает способы интеграции спецмероприятий в общую коммуникативную стратегию компании (заказчика)</p> <p>Умеет моделировать спецмероприятия под разные целевые группы</p> <p>Владеет практическими навыками организации пресс-конференций, подходов к прессе, круглых столов, а также иных форматов создания информационных поводов в сфере рекламы и связей с общественностью</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Социальная реклама» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Медиаландшафт и медиапотребление

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачётных единицы / 108 академических часа. Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплиной по выбору), изучается на 3 курсе (6 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, контрольных и самостоятельных работ 36 час, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 54 часов.

Язык реализации - русский

Цель:

Овладение слушателями теоретическими знаниями экономики журналистики и практическими навыками в организации экономически устойчивых СМИ.

Задачи:

- ознакомить слушателей с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ;
- формирование у студентов умений в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;
- развитие у студентов навыков самостоятельной работы с научной литературой и различными источниками информации по вопросам экономики и менеджмента.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
-----------	--	--

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
Маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании
Технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
--	--

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Владеет навыками бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат.
	Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании
	Способен применять на практике навыки оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств
ПК-5.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Владеет принципами отслеживания реакции референтных групп на рекламные и информационные сообщения как в традиционных медиа, так и в блогосфере
	Способен отслеживать реакцию на рекламные сообщения в разных информационных источниках
	Знает методы интерпретации реакции потребителей на рекламу
ПК-6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	Умеет формировать «сетку» для социологических и рыночных исследований, организовывать проведение фокус-групп и различных видов опросов, способен грамотно интерпретировать их результаты в интересах повышения общего потенциала рекламной деятельности и в интересах заказчика при организации рекламных и информационных кампаний
	Способен соотносить экономические и коммуникативные инструменты в рамках рекламной деятельности
	Владеет способностями анализа эффективности КСИ
ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Владеет практическими навыками организации пресс-конференций, подходов к прессе, круглых столов, а также иных форматов создания информационных поводов в сфере рекламы и связей с общественностью

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
	Знает способы интеграции спецмероприятий в общую коммуникативную стратегию компании (заказчика)
	Способен моделировать спецмероприятия под разные целевые группы

Аннотация дисциплины

Западная философия: история и современность

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на третьем курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: овладение знаниями и понятиями, относящимися к основным этапам, направлениям и перспективам развития зарубежной философии как единого историко-культурного феномена.

Задачи:

1. Формирование целостного восприятия западной философии как важнейшей части мировой культуры.
2. Формирование объективного и полного представления о развитии европейской философской мысли путем изучения ее идей, школ и направлений.
3. Понимание значения гуманистических ценностей и культуры философского мышления для сохранения и развития современной цивилизации.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: УК-4 «Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)», УК-5 «Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах», полученные в результате изучения дисциплин «Иностранный язык» и «Философия».

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине «Западная философия: история и современность».

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	знает основные подходы к определению, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи; умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи; владеет основными приемами определения, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	знает основные подходы к управлению знаниями; умеет обмениваться информацией, знаниями и опытом с членами команды; владеет основными приемами управления знаниями, обмена информацией и опытом с членами команды.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Западная философия: история и современность» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Христианство и культура

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе бакалавриата и завершается зачётом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объёме 18 часов, практических занятий - 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студентов - 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель изучения дисциплины: ориентация студентов в проблемном поле взаимосвязи христианской духовной традиции и европейской культуры в аспекте многообразия её исторических форм.

Задачи изучения дисциплины:

- дать студентам систематические знания об основных формах взаимодействия христианства и культуры в европейской культуре;
- сформировать у студентов представление об аксиосфере христианской традиции в целом и ее православной, католической и протестантской модификаций;
- дать студентам представление о влиянии христианства на различные сферы культуры и общественной жизни, включая нравственность, искусство, науку, экономику и т.д. ;
- дать студентам представление об основах христианского этического учения и его месте в системе мировой культуры;
- проявить значение эстетических ценностей и культового искусства в христианской культуре;
- научить студентов использовать приемы сопоставительного анализа этических воззрений и художественных культур, развивающихся на почве православия, католичества и протестантизма;
- научить студентов устанавливать связь между христианской доктриной и соответствующими системами жизненных и культурных ценностей в истории и

современности.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) компетенции	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает основные понятия, задачи и принципы оздоровительной тренировки, базовые компоненты и факторы здорового образа жизни
			Умеет извлекать информацию из различных источников, затрагивающих проблемы состояния здоровья занимающихся
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Умеет использовать основные приемы и средства анализа и обобщения информации о физкультурно-оздоровительной деятельности
			Владеет навыками извлекать информацию о физкультурно-оздоровительной деятельности из различных источников

Аннотация дисциплины

История Дальнего Востока России

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе бакалавриата в 5 семестре и завершается зачётом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объёме 18 часов, практических занятий - 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студентов - 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель изучения дисциплины: Изучение важнейших проблем исторического развития Дальнего Востока России, начиная с конца XVI в. и до начала XXI в. с учетом современных подходов и оценок; формирование у студентов целостного представления об истории Дальнего Востока как неотъемлемой части истории России.

Задачи изучения дисциплины:

1. Сформировать у студентов знания основных событий и явлений истории Дальнего Востока России;
2. Выявить особенности политического, экономического, социокультурного развития Дальнего Востока России на основе анализа общероссийских исторических процессов;
3. На примере истории Дальнего Востока России показать необходимость и эффективность использования многофакторного подхода к анализу и оценке событий истории;
4. Сформировать у студентов сравнительно-аналитический подход к исследованию дальневосточного прошлого в контексте российской истории.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Наименование категории (группы) универсальных	Код и наименование универсальной компетенции (результат)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по
---	--	--	--

компетенций	освоения)		дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает периодизацию региональной истории, подходы к периодизации истории Дальнего Востока России; основные точки зрения в историографии на характеристику этапов развития истории дальневосточного региона Умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах; критически оценивать информацию, вне зависимости от источника; избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач Владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования; навыками выбора методов и средств решения задач исследования.

<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p>	<p>Знает стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>Умеет взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи</p> <p>Владеет навыками эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды</p>
-------------------------------------	---	--	---

Аннотация дисциплины

Социология социальных сетей

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части, формируемой участниками образовательной деятельности ОП, изучается на 3 курсе (5 семестр) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов (в том числе 6 интерактивных часов в виде лекции-дискуссии), 18 часов практических занятий (в том числе 12 интерактивных часов в виде кейс-стади (метода кейсов)), а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель:

Формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность и готовность осуществлять профессиональную деятельность социолога с использованием знаний в сфере социологии социальных сетей.

Задачи:

-ознакомление студентов с общей систематизацией имеющихся знаний по проблеме социологии социальных сетей;

-овладение знаниями о различных видах ресурсов, используемых при реализации методов социологии социальных сетей;

-овладение навыками применения методов социологии социальных сетей.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и	УК-1.5. Определяет, интерпретирует и	Знать: методы поиска информации

	синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Уметь: ранжировать информацию
			Владеть: методами интерпретации информации
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия
			Уметь: объединять знания и опыт членов команды в направлении решении задач, поставленных перед членами команды.
			Владеть: методами общения и коммуникации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Социология социальных сетей» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: лекция-дискуссия и метод-кейсов.

Аннотация дисциплины

Теории и технологии обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц /144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на III курсе / V семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: формирование общепрофессиональной компетентности бакалавров, освоение студентами системы научно-практических знаний в области теории и практики обучения.

Задачи:

1. Сформировать у студентов знания о сущности и особенностях протекания процессов в области теории и практики обучения: методологических, проектировочных, организационных, коммуникативных, диагностических, исследовательских.

2. . Сформировать представление об основных механизмах эффективной организации процессов обучения, их закономерностях и принципах.

4. Сформировать собственную педагогическую позицию по отношению к процессу обучения учащихся, в том числе учащихся с особыми образовательными потребностями.

5. Приобрести опыт презентации своей педагогической позиции в форме выполненных разработок: фрагментов уроков, открытых занятий, образовательных ситуаций, программ, планов.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам(модулям), практикам
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает способы анализа задачи, выделяя ее базовые составляющие. Осуществляет декомпозицию задачи.
			Умеет находить и критически анализировать информацию, необходимую для решения поставленной задачи.
			Владеет способами логично и аргументированно формировать собственные суждения и оценки.
Командная работа и лидерство	УК - 3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает и понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.
			Умеет эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды.
			Владеет способами взаимодействия с различными социальными группами, учитывает их в своей деятельности.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теории и технологии обучения» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: дискуссия, эссе, деловая игра, творческое задание.

Аннотация дисциплины
Психология общения и социального взаимодействия

Общая трудоемкость дисциплины 4 зачётных единиц (144 академических часа). Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана, дисциплиной выбора. Изучается на 3 курсе в 5 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 36 часов, практических/лабораторных 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часа (в том числе с включением онлайн-курса в объеме 0 часов).

Язык реализации: русский.

Цель: дать представление о психологии общения и социального взаимодействия, основных теориях, механизмах социального взаимодействия применительно к реалиям каждодневного делового и личностного общения, т.е. реализации знания в прикладном аспекте.

Задачи:

- рассмотреть основные закономерности психологии общения и социального взаимодействия, области их проявления
- описать наиболее распространенные методы общения и социального взаимодействия,
- познакомить с механизмами межличностного общения, особенностями социального взаимодействия, необходимыми специалистам разных областей.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>Знает источники получения информации о результатах исследования для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>Умеет применять результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>Владеет навыками поиска и анализа исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p>	<p>Знает особенности и основные отличия проекта по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах в процессе работы в команде</p> <p>Умеет быстро и качественно разработать эффективный проект по продвижению компании, товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, определить сроки, финансовые затраты, ответственных на каждом этапе.</p> <p>Может организовать эффективную работу в проектной группе по продвижению компании,</p>

			товара, услуги в социальных сетях и мессенджерах, подготовить базовые документы по сопровождению проекта
--	--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология общения и социального взаимодействия» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Конфликты в мультикультурной среде

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной ОП в части, формируемой участниками образовательных отношений, относится к дисциплинам по выбору, изучается на 3 курсе в 5 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 36 часов, практических 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: формирование у студентов знаний и навыков в области предупреждения и раз-решения конфликтов в мультикультурной среде, имеющих теоретическую и практическую значимость для деятельности бакалавров в области психологии.

Задачи:

сформировать у студентов умение анализировать конфликты, определять их разновидности, причины, закономерности развития;

способствовать формированию у студентов способности понимать общие закономерности межэтнических отношений;

сформировать навыки и умения эффективного кросскультурного взаимодействия и проявления расовой, национальной, этнической, религиозной толерантности;

дать представление о процессе межкультурной коммуникации, разнообразия культурного восприятия мира;

сформировать у студентов навыки анализа конфликтной ситуации и интересов сторон конфликта;

сформировать у студентов навыки подготовки и ведения переговоров с целью разрешения конфликтов в мультикультурной среде;

сформировать у студентов умение использовать психологические знания и навыки с целью повышения эффективности межкультурной коммуникации.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения

по дисциплине

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	<p>Знает способы определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи</p> <p>Умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>Владеет способами определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи</p>

Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знанием и опытом с членами команды	<p>Знает способы установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p> <p>Умеет устанавливать контакты и выстраивать отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p> <p>Владеет способами установления контактов и выстраивания отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p>
------------------------------	--	---	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Конфликты в мультикультурной среде» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: проблемная лекция, свободная дискуссия, эвристическая беседа

Аннотация дисциплины

Цифровая фотография

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических/лабораторных 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часа.

Язык реализации: русский

Цель: формирование практических навыков в получении и обработке цифровых фотографических изображений.

Задачи:

1. Сформировать навыки работы с фотооборудованием, студийным и естественным светом;
2. Изучить композиционные приемы фотографии.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает особенности создания и обработки цифровой фотографии Умеет выбирать эффективный метод создания и обработки цифровой фотографии Владеет навыками создания и обработки цифровой фотографии
Командная работа и лидерство	УК-3 Использует стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели,	УК -3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает особенности командной работы при создании и обработки цифровой фотографии Умеет работать в команде, координируя знания по

	определяет свою роль в команде		поиску информации по созданию и обработки цифровой фотографии Владеет навыками при работе в команде.
--	--------------------------------	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Цифровая фотография» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: собеседование, доклад, творческое задание

Аннотация дисциплины

Здоровьесберегающие технологии в профессиональной деятельности

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3-ем курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий – 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: изучение закономерностей проявления, механизмов и способов поддержания, укрепления и сохранения здоровья человека.

Задачи:

1. В результате изучения дисциплины студент должен понять, что главное в жизни это здоровье. В связи с этим необходимо гармонично сочетать социальные, физические, интеллектуальные, эмоциональные и духовные элементы в жизни. При этом каждая личность должна обладать способностью совершенствоваться и развивать свой интеллектуальный и общекультурный уровень, добиваться нравственного и физического совершенствования своей личности и быть готовым оказывать личным примером позитивное воздействие на окружающих, с точки зрения соблюдения норм и рекомендаций здорового образа жизни.

2. Использовать знания анатомии, физиологии и гигиены для понимания морфо-функциональных закономерностей организма и соблюдения научно-обоснованных правил личной и общественной гигиены, быть здоровым, физически развитым и обладать способностью управлять своим физическим и психическим состоянием в целях повышения результативности.

3. Глубоко познать основные функции обеспечения жизнедеятельности организма, признаки психического здоровья и сексуальной культуры, быть здоровым и физически развитым. Обладать способностью разрабатывать целевые

программы привлечения населения к активным занятиям физической культурой и спортом – гарантом здоровья.

4. Овладеть навыками психологической установки человека на долгую жизнь, обучению быть здоровым. Владеть критериями психического здоровья, рационального питания и поддержания хорошей физической формы. Знаниями по профилактике в борьбе с наркоманией, алкоголизмом и табакокурением. Обладать высоким уровнем знаний в области пропаганды физической культуры и спорта среди населения (новейшими теориями, интерпретациями, методами и технологиями).

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	знает принципы и технологии внедрения результатов современных научных исследований в организацию занятий оздоровительной направленности
			умеет дифференцированно составлять и проводить программы физической реабилитации для восстановления нарушенных или временно утраченных функций организма
			владеет стратегией и навыками творческого решения задач максимального устранения ограничений жизнедеятельности
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	знает компоненты и факторы, формирующие индивидуальное здоровье человека, а также компенсаторные возможности оставшихся после болезни или травмы функций организма человека для наиболее типичных нозологических форм
			умеет оценивать эффективность физической

			рекреации;
			владеет широким спектром как традиционных, так и инновационных научных рекомендаций по оптимизации профессиональной деятельности с использованием оздоровительной рекреации

Аннотация дисциплины

Восточная философия: основные идеи и концепты

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *18 часов*, практических/лабораторных *18 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *108 часов*.

Язык реализации: русский.

Цель: овладение основным комплексом знаний об интеллектуальной парадигме восточных философий и основных фактов из истории её становления.

Задачи:

овладение основными подходами к исследованию восточных философий;

овладение основными знаниями о восточных цивилизациях;

овладение основными датами и фактами из истории восточных цивилизаций;

овладение методами историко-философского анализа;

понимание места и роли восточной мысли в истории мировой философии;

знание ключевых характеристик восточных философий;

знание развёрнутой периодизации истории восточных философий, датировку, содержание и значение каждого из периодов;

знание основных персоналий китайской философии, дат их жизни, китайского написания их имён и названий произведений;

знание основных категорий восточных философий, китайского их написания;

знание содержания основных концепций в истории восточных философий;

умение воспроизводить мышление в китайской философской парадигме.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: УК-4, ПК-3, полученные в результате изучения дисциплин «Философия», «История стран Восточной и Юго-восточной Азии», обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как «Теория и методология истории», формирующих компетенции ОПК-4, ПК-1.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	знает основные подходы к определению, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи; умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи; владеет основными приемами определения, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи.

Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	знает основные подходы к управлению знаниями; умеет обмениваться информацией, знаниями и опытом с членами команды; владеет основными приемами управления знаниями, обмена информацией и опытом с членами команды.
------------------------------	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Восточная философия: основные идеи и концепты» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: круглый стол.

Аннотация дисциплины

Религиозные традиции Востока

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной по выбору части ОП, изучается на 3 курсе и завершается зачетом в 5 семестре. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель курса «Религиозные традиции Востока» – дать студентам знания в области истории религии, познакомить их с многообразием религиозных систем на различных исторических этапах.

Задачи освоения дисциплины:

- дать студентам систематические знания об основных подходах к решению проблемы происхождения религии.
- познакомить студентов с представлениями об истории появления и развития религиозных систем.
- научить студентов пользоваться базовыми категориями истории религии.
- сформировать у студентов навыки работы с источниками и специальной литературой по религиоведению.
- сориентировать студентов в междисциплинарной проблематике, связанной с изучением религиозных мировоззрений и культур.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск,	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует	Знает основные понятия, задачи и принципы оздоровительной тренировки, базовые

	критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	информацию, в том числе и междисциплинарно о характера, требуемую для решения поставленной задачи	компоненты и факторы здорового образа жизни Умеет извлекать информацию из различных источников, затрагивающих проблемы состояния здоровья занимающихся
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Умеет использовать основные приемы и средства анализа и обобщения информации о физкультурно-оздоровительной деятельности
			Владеет навыками извлекать информацию о физкультурно-оздоровительной деятельности из различных источников

Методы интерактивного обучения рабочей программой не предусмотрены.

Аннотация дисциплины

История стран Дальнего Востока (Япония, Китай, Корея)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *18 часов*, практических/лабораторных *18 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *108 часов*.

Язык реализации: русский.

Цель: Формирование представлений об основных этапах и тенденциях исторического развития Китая, Кореи и Японии.

Задачи:

- сформировать целостное представление об основных этапах истории Китая;
- сформировать целостное представление об основных этапах истории Кореи;
- сформировать целостное представление об основных этапах истории Японии;
- сформировать умение выявлять общее и особенное в развитии отдельных государств и обществ, выявлять историческую обусловленность современных социальных процессов.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>Знает основные этапы развития стран Дальнего Востока (Японии, Китая, Кореи) Умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах; критически оценивать информацию, вне зависимости от источника; избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач Владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по заданной теме; навыками выбора методов и средств решения поставленных задач.</p>
---	--	---	---

<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p>	<p>Знает стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>Умеет взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи</p> <p>Владеет навыками эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды</p>
-------------------------------------	---	--	---

Аннотация дисциплины
Социология моды и потребления

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части, формируемой участниками образовательной деятельности ОП, изучается на 3 курсе (5 семестр) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, 18 часов практических занятий, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность и готовность использовать знания о моде и потреблении в своей практической и научной деятельности.

Задачи: формирование у студентов представления о социологических концепциях моды и потребления.

Формирование у обучающихся знания о сущности моды как социального феномена.

Ознакомление студентов со структурой и ценностями моды.

Систематизация знаний студентов об основах потребительского поведения.

Ознакомление студентов с технологией исследований в сфере модной индустрии, а также прогнозированием моды.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знать: методы поиска информации Уметь: ранжировать информацию Владеть: методами интерпретации информации
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия Уметь: объединять знания и опыт членов команды в направлении решении задач, поставленных перед членами команды. Владеть: методами общения и коммуникации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Социология моды и потребления» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Теории и технологии воспитания

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на 3 курсе / 5 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: обеспечить овладение бакалаврами компетенциями в области теоретических и методических основ воспитания в условиях реализации федеральных государственных образовательных стандартов общего образования.

Программа ориентирована как на усвоение основных теоретических положений теории и методики обучения и воспитания, так и на решение задач профессиональной ориентации студентов.

Задачи:

1. Сформировать у студентов систему знаний и умений, связанных с психолого-педагогическими теориями и технологиями процесса воспитания.
2. Обеспечить условия для усвоения психологического обоснования специфики содержания, методов воспитания в образовательном процессе.
3. Сформировать собственную педагогическую позицию по отношению к процессу воспитания, выбору наиболее результативных технологий воспитания.
4. Сформировать опыт осмысления экзистенциальных аспектов человеческой жизни, участия в КТД и презентации своей педагогической позиции в форме выполненных разработок: воспитательного события, фрагмента урока, классного часа, образовательных ситуаций, программ, планов.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам(модулям), практикам
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.5 - определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает способы определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи
			Умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи
			Владеет способами определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает способы установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи
			Умеет устанавливать контакты и выстраивать отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи
			Владеет способами установления контактов и выстраивания отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теории и технологии воспитания» применяются следующие образовательные

технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Этническая психология

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы/ 144 академических часа. Является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на 3 курсе / 5 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: сформировать целостное представление об особенностях взаимодействия разных этнических групп.

Задачи:

1. Раскрыть природу группы и этнической группы.
2. Рассмотреть условия взаимодействия между группами разных этносов.
3. Уточнить влияние этнических особенностей и стереотипов для человека на разрешение конфликтных ситуаций.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных	УК -1.5 - определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения	Знает способы определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи Умеет определять,

	задач	поставленной задачи	интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи Владеет способами определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает способы установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи Умеет устанавливать контакты и выстраивать отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи Владеет способами установления контактов и выстраивания отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Этническая психология» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Управление конфликтами в организациях

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной ОП в части, формируемой участниками образовательных отношений, относится к дисциплинам по выбору, изучается на 3 курсе в 5 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: освоения дисциплины управление конфликтами в организациях является формирование у студентов знаний, умений и навыков эффективно действовать и разрешать конфликтные ситуации в организационно-управленческой сфере.

Задачи:

сформировать у студентов представление о месте и роли организационной конфликтологии в системе управленческих наук, ее объекте и предмете, целях и задачах;

способствовать освоению категориального аппарата дисциплины, знаний о типах конфликтов в организационно-управленческой сфере и их причинах;

сформировать знания о способах управления и методах профилактики конфликтов в организационно-управленческой сфере;

способствовать овладению инструментами анализа конфликтных ситуаций в организации;

научить применять полученные знания, разрабатывать и реализовывать план действий в конфликтной ситуации, осуществлять конфликтологическое сопровождение деятельности организаций.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы)	Код и наименование универсальной	Код и наименование индикатора достижения	Наименование показателя оценивания
---------------------------------	----------------------------------	--	------------------------------------

компетенций	компетенции (результат освоения)	компетенции	(результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	<p>Знает способы определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи</p> <p>Умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>Владеет способами определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи</p>
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает способы установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и

			<p>взаимопомощи</p> <p>Умеет устанавливать контакты и выстраивать отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p> <p>Владеет способами установления контактов и выстраивания отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p>
--	--	--	--

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Управление конфликтами в организациях» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: круглый стол

Аннотация дисциплины

Теория и практика композиции визуальных систем

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических/лабораторных 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часа.

Язык реализации: русский

Цель: дать характеристику основных принципов композиции, применяемых в различных визуальных комплексах.

Задачи:

1. Изучение методов построения фигуративных и абстрактных композиций с учетом зрительного восприятия;
2. Формирование комплексного представления о методах создания визуальных образов и основах формирования объектов предметно-пространственной среды;
3. Изучение принципов формирования образно-выразительной художественной формы.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает принципы линейно-конструктивного построения формы; основные виды графических элементов и их формально-композиционные характеристики; художественно-выразительные средства линейной и тональной

	поставленных задач		графики. Умеет выражать физические и пространственные характеристики предмета средствами графики; Владеет навыками рисунка и линейно-конструктивного построения пространственно-развитых объектов;
Командная работа и лидерство	УК-3 Использует стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде	УК -3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает приемы обмена информацией при проектировании визуальных форм Умеет синтезировать набор возможных стилистических приёмов организации проектного материала при выполнении дизайн-проекта. Владеет концептуальным творческим подходом к формированию объектов предметно-пространственной среды, навыками создания колористических композиций, приёмами объёмного и графического моделирования формы объекта и соответствующей организации проектного материала для передачи творческого художественного замысла;

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Теория и практика композиции визуальных систем» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения:
творческое задание

Аннотация дисциплины

Спортивное питание и диетология

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц / 144 академических часов. Является дисциплиной по выбору части ОП, изучается на 3 курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель: изучение возможности восстановления работоспособности и реабилитации спортсменов методами сбалансированного потребления макро- и микронутриентов.

Задачи:

- изучить понятие макро- и микронутриенты пищевых продуктов, освоить основные нормативы употребления белков, углеводов, жиров, микроэлементов и минорных веществ в пищевых рационах спортсменов;
- ознакомить студентов с возможностью использования современных технологий для обеспечения качества тренировочного и соревновательного процессов;
- ознакомить студентов с тренировочной, соревновательной и реабилитационной диетами, используемыми при подготовке спортсменов;
- обучить основам первой доврачебной помощи при острых пищевых отравлениях.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск,	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том	знает - систему информационного обеспечения науки и образования, методы

	критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	числе и междисциплинарно о характера, требуемую для решения поставленной задачи	<p>поиска информации сети интернет, библиометрические и наукометрические методы анализа информационных потоков.</p> <p>умеет использовать современные теоретические концепции и объяснительные модели при анализе информации, получать требуемую информацию из различных типов источников, включая интернет и зарубежную литературу.</p> <p>владеет навыками использования основных методов, способов и средств получения, хранения, и переработки информации.</p>
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	<p>знает теоретические концепции лидерства и способов социального взаимодействия,</p> <p>основные принципы обмена информацией, знаниями и опытом</p> <p>умеет организовывать деятельность, связанную с формированием команды, применять на практике методы взаимодействия с другими членами команды, использовать в профессиональной деятельности преимущества командного стиля работы</p> <p>владеет навыками формирования команд, лидерства и способов социального взаимодействия, технологиями</p>

			информационного взаимодействия в контексте командообразующих практик, приемами повышения эффективного взаимодействия между членами команды.
--	--	--	---

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Спортивное питание и диетология» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Ценностные основания современной цивилизации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *18 часов*, практических/лабораторных *18 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *108 часов*.

Язык реализации: русский.

Цель: овладение знаниями и понятиями, относящимися к основным этапам, направлениям и перспективам развития аксиологии и этики как отраслей философской науки.

Задачи:

Понимание значения гуманистических ценностей для сохранения и развития современной цивилизации; совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы, демократии, уважения к правам человека.

Владение культурой научного мышления, обобщением, анализом и синтезом фактов и теоретических положений.

Формирование целостного восприятия аксиологии и этики как важнейших отраслей философского знания.

Формирование объективного и полного представления о развитии аксиологической и этической мысли путем изучения идей, школ и направлений философии.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и
результаты обучения по дисциплине

	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	знает основные подходы к определению, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи; умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи; владеет основными приемами определения, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	знает основные подходы к управлению знаниями; умеет обмениваться информацией, знаниями и опытом с членами команды; владеет основными приемами управления знаниями, обмена информацией и опытом с членами команды.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Ценностные основания современной цивилизации» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Ислам: история и современность

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц / 144 академических часов. Является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе и завершается зачетом в 6 семестре. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель курса: знакомство студентов с основополагающими принципами анализа исторических и современных явлений, связанных с развитием и ислама, анализ его роли в современном обществе и политической ситуации в России и в мире.

Задачи курса:

1. Дать студентам систематические знания об истории, эволюции и современном состоянии ислама как одной из мировых религий.

2. Научить студентов навыкам сравнительно - религиоведческого, антропологического и культурологического анализа феноменов исламской традиции.

3. Познакомить студентов с современными научными подходами к исследованию исламоведческой проблематики.

Преподавание курса «Ислам: история и современность» учитывает компетенции, формируемые предшествующими и последующими дисциплинами, предусмотренными учебным планом: «История России» (УК-4.2, УК-5.1), «Христианство и культура» (УК-1.5, УК-3.3).

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по
---	--------------------------------	--	--

	(результат освоения)		дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	знает генезис, основные этапы развития, основы вероучения, культовую практику, основные направления и современное состояние ислама
			умеет осуществлять анализ влияния ислама на формирование конфессиональных, культурных социальных, этнических различий.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды.	владеет навыками работы с источниками и исследовательской литературой, посвященной проблемам влияния ислама на культуру и общественную жизнь.
			знает формы влияния ислама на культуру, менталитет, социальные практики
			умеет использовать в работе междисциплинарных научных коллективов базовые знания в области истории и современного положения ислама
			владеет навыками использования в командной работе этических принципов общения в условиях культурного и религиозного многообразия

Аннотация дисциплины

Этнокультурная история Дальнего Востока России

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц / 144 академических часов. Является дисциплиной части, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе и завершается зачетом в 6 семестре. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель курса: Формирование представлений об этапах формирования многонационального, поликультурного общества на Дальнем Востоке, исторически обусловленной специфике культур региона.

Задачи:

- Сформировать целостное представление о процессе заселения Сибири и Дальнего Востока восточнославянскими переселенцами;
- Ознакомить с этническим и этнокультурным своеобразием коренных народов Дальнего Востока России;
- Проанализировать особенности взаимовлияния культур аборигенных народов, восточных славян и восточноазиатских народов в дальневосточном регионе. Совокупность запланированных результатов обучения по дисциплине обеспечивает формирование у выпускника следующих компетенций, установленных ОПОП.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>Знает особенности этнокультурной истории Дальнего Востока России</p> <p>Умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах; критически оценивать информацию, вне зависимости от источника; избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач</p> <p>Владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по заданной теме; навыками выбора методов и средств решения поставленных задач.</p>
---	--	---	--

<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p>	<p>Знает стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>Умеет взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи</p> <p>Владеет навыками эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды</p>
-------------------------------------	---	--	---

Аннотация дисциплины

Социология девиантного поведения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц/ 144 академических часов. Является дисциплиной части, формируемой участниками образовательной деятельности ОП, изучается на 3 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель: формирование у студентов знания о достижениях отечественной и зарубежной социологии девиантного поведения и умения использовать эти знания в своей научной и практической деятельности.

Задачи:

сформировать у студентов знание о девиантности и основных подходах к ее определению;

сформировать у студентов знание о научном статусе социологии девиантного поведения;

сформировать у студентов знание об основных перспективах, представленных в современной социологии девиантного поведения;

сформировать у студентов знание об основных формах девиантности и специфике их проявления в современном мире и в России;

сформировать у студентов знание об основных парадигмах социального контроля над девиантностью;

сформировать у студентов умение использовать полученные знания для исследования девиантного поведения и разработки предложений по его минимизации.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знать: методы поиска информации Уметь: ранжировать информацию Владеть: методами интерпретации информации
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия Уметь: объединять знания и опыт членов команды в направлении решения задач, поставленных перед членами команды. Владеть: методами общения и коммуникации

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Социология девиантного поведения» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Педагогическое мастерство

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц 144 академических часа. Дисциплина «Педагогическое мастерство» входит в блок вариативной части учебного плана подготовки бакалавров (в часть, формируемую участниками образовательных отношений – «дисциплины по выбору»).

Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов. Форма промежуточного контроля: зачет. Дисциплина реализуется на 3 курсе в 6 семестре.

Язык реализации: русский.

Цель: сформировать профессиональную позицию педагога, универсальные компетенции в области педагогического общения, способности студентов к анализу педагогической ситуации и взаимодействию, способствующему развитию субъектности учащихся и педагога.

Задачи:

- сформировать у студентов систему теоретических знаний о сущности и содержании педагогического мастерства;
- способствовать формированию у студентов умений анализировать педагогическую ситуацию, осуществлять выбор адекватных ей способов общения и деятельности;
- развить у студентов навыки проектирования педагогических ситуаций для эффективного субъект-субъектного взаимодействия;
- способствовать развитию профессиональной рефлексии у студентов

Планируемые результаты обучения по данной дисциплине обеспечивают формирование следующих компетенций:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает способы поиска информации, методы системного подхода для решения поставленных задач
			Умеет интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи
			Владеет: способами поиска информации, ее интерпретации, в том числе и междисциплинарного характера; методами системного подхода для решения поставленных задач
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает и понимает принципы социального взаимодействия Умеет осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды Владеет принципами социального взаимодействия для осуществления обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Педагогическое мастерство» применяются следующие методы активного/интерактивного обучения: педагогические студии, эссе, деловая игра, круглый стол, моделирование педагогических ситуаций, создание творческих продуктов.

Аннотация дисциплины

Психология стресса

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной ОП в части, формируемой участниками образовательных отношений, относится к дисциплинам по выбору, изучается на 3 курсе в 6 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: ознакомление студентов с основными направлениями современной психологии стресса и с основными подходами к изучению данного феномена в психологии, знакомство с динамикой развития стресса, видами стрессоров и изучение основных типов реагирования личности на стресс.

Задачи:

познакомить с различными концепциями стресса;

научить разграничивать стрессовые и адаптивные реакции;

научить анализировать процесс патогенеза стресса;

дать студентам знания, необходимые для ориентации в проблемном поле психологии стресса и имеющие теоретическую и практическую значимость для деятельности бакалавров в области конфликтологии.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и	Знает способы поиска информации, необходимой для решения поставленной задачи

	информации, применять системный подход для решения поставленных задач	междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Умеет найти информацию, необходимую для решения поставленной задачи, и выделить в ней главное Владеет навыками критического анализа информации
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает правила эффективного общения Умеет обмениваться информацией с членами команды Владеет навыками активного слушания

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология стресса» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах.

Аннотация дисциплины

Медиация как способ урегулирования конфликтов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной ОП в части, формируемой участниками образовательных отношений, относится к дисциплинам по выбору, изучается на 3 курсе в 6 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: повышение профессиональной подготовки через ознакомление с теорией и историей медиативных способов решения конфликтных ситуаций.

Задачи:

- способствовать пониманию сущности и рамок применения альтернативных способов разрешения конфликтов;
- способствовать формированию социально-личностных компетенций, необходимых психологу для работы в его профессиональной сфере;
- научить применять альтернативные способы разрешения конфликтов,
- разбираться в общей технологии медиативных способов, методов, техник и приемов достижения компромисса, консенсуса и исключения конфронтации во взаимодействиях между индивидами и различными объединениями людей.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>Знает способы определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи</p> <p>Умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p> <p>Владеет способами определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знанием и опытом с членами команды</p>	<p>Знает способы установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p> <p>Умеет устанавливать контакты и выстраивать отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p> <p>Владеет способами установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Медиация как способ урегулирования конфликтов» применяются следующие

методы активного/ интерактивного обучения: лекция с разбором конкретных ситуаций, групповая дискуссия, кейс-стади.

Аннотация дисциплины

Искусство стран Азиатско-Тихоокеанского региона

Общая трудоемкость дисциплины 4 зачётных единиц (144 академических часа). Является дисциплиной части ОП формируемую участниками образовательных отношений учебного плана, дисциплины выбора. Изучается на 3 курсе в 6 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 36 часов, практических/лабораторных 36 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часа (в том числе с включением онлайн-курса в объеме 0 часов).

Язык реализации: русский.

Преподавание курса связано с изучением студентами других дисциплин, таких как «История», «Философия» и др., опирается на знания, которые они формируют у студентов. В свою очередь, знание явлений художественной культуры, полученных в данном курсе, позволяет студентам глубже и полнее освоить учебный материал, сообщаемый другими гуманитарными дисциплинами, понять законы развития человека и общества полнее, всесторонне, системно и целостно.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие общекультурные и профессиональные компетенции.

Цель дисциплины «Искусство стран Азиатско-Тихоокеанского региона» является изучение культуры и искусства, в пространстве которого проявляется единство и разнообразие культурного опыта на функциональном, структурном и ментальном уровнях.

Задачи:

- – дать представление о культуре, как о предмете научного изучения;
- рассмотреть подходы и методы изучения культуры стран АТР в гуманитарных науках;
- дать представление об эволюции культуры стран АТР в истории данного региона;

- овладение специальными навыками исследования культуры.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
(УК-1.5) определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает	Особенности этнические, социальные, конфессиональные, присущие культуре Кореи.
	Умеет	Толерантно воспринимать представителей других культур, учитывать этнические, социальные, конфессиональные различия при выстраивании повседневного и делового общения.
	Владеет	Методами анализа ментальности представителей культуры Кореи, исходя из этнического, социального, конфессионального различия. На основе понимания ментальности
(УК-3.3) осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды в рамках направленности (профиля) образования или индивидуальной образовательной траектории	Знает	Пути, виды и способы научных коммуникаций
	Умеет	Осуществлять научные коммуникации в профессиональной сфере
	Владеет	Технологиями налаживания научных коммуникаций в профессиональной сфере

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Искусство стран азиатско-тихоокеанского региона» применяются следующие методы активного обучения на лекционных и практических занятиях: собеседование, дискуссия.

Аннотация дисциплины

Персональная спортивная тренировка

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единиц /144 академических часов. Является дисциплиной обязательной части ОП, изучается на курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *18 часов*, практических *18 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *108 часов*.

Язык реализации: русский

Цель: формирование целостного представления о профессиональной деятельности специалиста в области оздоровительных технологий.

Задачи:

1. Обеспечение глубокими теоретическими знаниями основ физического воспитания и спортивной тренировки.

2. Формирование представлений студентов о современных инновационных тенденциях и способах совершенствования в избранных видах двигательной активности.

3. Формирование умения практического использования полученных знаний в различных оздоровительных учреждениях и физкультурно-спортивных организациях.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации,	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарног	Знает основные понятия, задачи и принципы оздоровительной тренировки, базовые компоненты и факторы здорового образа жизни

	применять системный подход для решения поставленных задач	о характера, требуемую для решения поставленной задачи	Умеет извлекать информацию из различных источников, затрагивающих проблемы состояния здоровья занимающихся
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Умеет использовать основные приемы и средства анализа и обобщения информации о физкультурно-оздоровительной деятельности
			Владеет навыками извлекать информацию о физкультурно-оздоровительной деятельности из различных источников

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Персональная спортивная тренировка» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: доклад, творческое задание.

Аннотация дисциплины

Философско-антропологическое обоснование человека

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель: раскрыть значение философской антропологии в системе гуманитарного знания, показать важнейшее место, которое человек занимает в мире, раскрыть смысл человеческого бытия и контексте споров различных направлений гуманитарной мысли, овладеть общими принципами аналитики человеческого бытия.

Задачи:

- показать, что осмысление человеческого бытия является центральной философской задачей, что вопрос о человеке является исходным философским вопросом; что от решения проблемы человека, от определения его места в мире, зависит решение всех остальных проблем (онтологических, гносеологических, аксиологических);
- дать систематику философских учений о человеке в истории философии, так и в контексте споров о человеке в современной философии;
- установить связь философской аналитики человеческого бытия с данными конкретных наук о человеке (психологией, биологией, социологией и др.);
- дать характеристику важнейших персональных учений о человеке в истории философской мысли;
- показать приложения философской аналитики человеческого бытия в социальных практиках;
- показать мировоззренческое и методологическое значение

философской антропологии для гуманитарных и социальных наук.

	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	знает основные подходы к определению, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи; умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи; владеет основными приемами определения, интерпретации и ранжированию информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом членами команды	знает основные подходы к управлению знаниями; умеет обмениваться информацией, знаниями и опытом с членами команды; владеет основными приемами управления знаниями, обмена информацией и опытом с членами команды.

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Философско-антропологическое обоснование человека» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Современные нетрадиционные религиозные движения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной по выбору части ОП, изучается на 3 курсе и завершается зачетом в 6 семестре. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий в объеме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель курса «Современные нетрадиционные религиозные движения» — ознакомление студентов с историей возникновения и развития новых религиозных движений, их местом в обществе, основными направлениями деятельности; анализ основ доктринальных различий между традиционными конфессиями и современными новыми религиозными движениями.

Задачи освоения дисциплины:

- научить студентов пользоваться критериями классификации современных нетрадиционных религиозных движений;

- сформировать у студентов умение использовать в своей профессиональной деятельности нормативные правовые документы, касающиеся современных нетрадиционных религиозных движений и культов;

- выработать у студентов готовность применить результаты анализа новейших религиозных движений к решению экспертно-консультативных задач;

- научить студентов с позиций современного религиоведения самостоятельно характеризовать вероучительные и иные особенности конкретного типа новых религиозных образований;

- научить студентов использовать знания в области истории, типологии и актуальных проблем взаимоотношений в религиозной сфере в межрелигиозном, культурном (цивилизационном), общественном, государственном и научном контексте.

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Умеет осуществлять анализ влияния НРД на формирование конфессиональных, культурных социальных, этнических различий.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Владеет навыками командной работы в процессе характеристики вероучительных и иных особенностей конкретного типа новых религиозных образований

Методы интерактивного обучения рабочей программой не предусмотрены.

Аннотация дисциплины

Социокультурная антропология стран Азиатско-Тихоокеанского региона

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель:

формирование представлений о менталитете и культурных особенностях населения крупнейших стран Азиатско-Тихоокеанского региона (Китай, Республика Корея, Япония, США и Канада).

Задачи:

- Познакомить студентов с закономерностями социальной и культурной жизни в Азиатско-Тихоокеанском регионе: спецификой социальных норм, отношения к телу и телесности, особенностями семейно-брачных отношений, материальной культуры, культуры питания, деловой культуры и др.;
- Научить студентов самостоятельно ориентироваться в массиве информации и использовать концептуальный и понятийный аппарат для описания социальной и культурной специфики Азиатско-Тихоокеанского региона;
- Научить студентов использовать полученную информацию при решении практических задач межкультурной коммуникации.

Универсальные компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

<p>Системное и критическое мышление</p>	<p>УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>Знает понятие, предметное поле социокультурной антропологии, характерные черты материальной культуры отдельных стран АТР</p> <p>Умеет выделять и систематизировать основные идеи в научных текстах; критически оценивать информацию, вне зависимости от источника; избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении задач</p> <p>Владеет навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по заданной теме; навыками выбора методов и средств решения поставленных задач.</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p>	<p>Знает стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>Умеет взаимодействовать с другими членами команды для достижения поставленной задачи</p> <p>Владеет навыками эффективно взаимодействовать с другими членами команды, в т.ч. участвовать в обмене</p>

			информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды
--	--	--	--

Аннотация дисциплины *Человек и общество в процессе глобализации*

Общая трудоемкость дисциплины *Человек и общество в процессе глобализации* составляет 4 зачетные единицы/144 академических часа. Является дисциплиной части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3 курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента 108 часов.

Язык реализации: русский

Цель: формирование у студентов комплексного представления о происходящих в настоящее время в обществе процессах, о значении и влиянии глобализации на человека и систему социальных отношений, об основных глобальных проблемах современности и путях их решения.

Задачи:

- проанализировать современные социальные процессы, происходящие в различных регионах мира, с учетом их антропологической, цивилизационной и культурной специфики;
- понять природу и содержание основных глобальных проблем современности;
- рассмотреть методы эмпирических исследований социальных процессов;
- осмыслить и оценить предполагаемые наукой основные пути решения глобальных процессов как всемирно-исторической ответственности человечества.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие универсальные компетенции УК-1 и УК-3, полученные в результате изучения дисциплин: философия, история.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине «Человек и общество в процессе глобализации»:

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знать: методы поиска информации Уметь: ранжировать информацию Владеть: методами интерпретации информации
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия Уметь: объединять знания и опыт членов команды в направлении решения задач, поставленных перед членами команды. Владеть: методами общения и коммуникации

При обучению дисциплине «Человек и общество в процессе глобализации» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах.

Аннотация дисциплины

Тьюторство в образовании (сопровождение)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы /144 академических часа. Является дисциплиной ОП «часть, формируемая участниками образовательных отношений ОП», изучается на 3 курсе бакалавриата, в 6 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: формирование универсальных компетенций у студентов академического бакалавриата, необходимых для теоретического осмысления тьюторства в образовании и реализации тьюторского сопровождения обучающихся при решении образовательных, исследовательских, практических и жизненных задач в целях обеспечения качества образования обучающихся в образовательных организациях.

Задачи:

1. Сформировать у студентов бакалавриата понимание значимости педагогической профессии «тьютор» как наставника по профессиональному и личностному саморазвитию и готовности к обретению компетенций тьюторского сопровождения обучающихся.

2. Раскрыть основное значение тьюторской деятельности в современном образовании, опираясь на анализ вызовов современного общества к практикам обучения, воспитания и развития подрастающего поколения.

3. Изучить основания общего способа и схем тьюторского действия, критерии оценки эффективности, основные понятия, используемые в работе тьютора, общие тенденции развития тьюторства, содержание и структуру тьюторской деятельности.

4. Сформировать у студентов бакалавриата представление о границах применимости тьюторского сопровождения: предмете, целях, задачах,

необходимом объеме теоретической подготовки, требованиям к квалификации педагогической профессии «тьютор».

5. Работать с личным опытом студентов бакалавриата в целях формирования позиции тьютора и готовности применять полученные знания в различных областях тьюторской деятельности.

6. Способствовать формированию у студентов бакалавриата рефлексивной оценки собственного образовательного и профессионального опыта, планированию профессиональной карьеры как работы с собственным будущим.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции.

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает, как определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи
			Умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи
			Владеет способами определения интерпретации и

			ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает, как осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды
			Умеет осуществлять обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды
			Владеет способами обмена информацией, знаниями и опытом с членами команды

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Тьюторство в образовании (сопровождение)» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: работа в малых группах, картирование ресурсов для разработки индивидуальных образовательных маршрутов, дискуссия и др.

Аннотация дисциплины

Психология творчества и интеллекта

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной ОП в части, формируемой участниками образовательных отношений, относится к дисциплинам по выбору, изучается на 3 курсе в 6 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: обеспечить овладение компетенциями в области психологии интеллекта и творчества; рассмотрение наиболее популярных методов развития и стимуляции творчества, а также диагностики креативности.

Задачи:

- познакомить студентов с современными представлениями о мышлении и интеллекте.
- освоить общесистемный подход к творчеству,
- познакомить студентов с основными методами диагностики и развития креативности,
- сформировать фундамент для дальнейшего творческого поиска средств и способов повышения эффективности профессиональной деятельности студентов,
- развить творческий подход к делу и потребность в саморазвитии.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование универсальной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

Системное критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.5 определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает способы поиска информации, необходимой для решения поставленной задачи, Умеет найти информацию, необходимую для решения поставленной задачи, и выделить в ней главное, Владеет навыками критического анализа информации.
			Знает теоретические основы психологического стресса, Умеет интерпретировать информацию о стрессе в контексте выявленной проблемы.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает правила эффективного общения, Умеет обмениваться информацией с членами команды.
			Знает правила конструктивной критики, Умеет дать критическую оценку идеям других членов команды,

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Психология творчества и интеллекта» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: мозговой штурм, ТРИЗ, семинар-дискуссия, лекция-беседа.

Аннотация дисциплины

Профилактика семейных конфликтов

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы /144 академических часа. Является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений. Изучается на 3 курсе / 6 семестре и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: обеспечить овладение бакалаврами компетенциями в области теоретических и методических основ профилактики семейных конфликтов в условиях реализации федеральных государственных образовательных стандартов общего образования.

Программа ориентирована как на усвоение основных теоретических положений теории и практики профилактики семейных конфликтов.

Задачи:

Сформировать у студентов систему знаний и умений, связанных с психосоциальными основами профилактики семейных конфликтов.

- сформировать у студентов систему основных понятий и закономерностей, связанными с психологическим анализом семейных конфликтов;
- научить студентов разрабатывать стратегию и тактику поведения в семейной конфликтной ситуации и уметь рационально применять их на практике;
- научить студентов проводить семейное консультирование, направленное на предупреждение конфликтных ситуаций и коррекцию семейных отношений.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции выпускника	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции	Результаты обучения по дисциплинам (модулям), практикам
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК -1.5 - определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	Знает способы определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи
			Умеет определять, интерпретировать и ранжировать информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи
			Владеет способами определения, интерпретации и ранжирования информации, в том числе и междисциплинарного характера, требуемой для решения поставленной задачи
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	Знает способы установления контактов и выстраивания отношений с членами команды на основе доверия и взаимопомощи
			Умеет устанавливать контакты и выстраивать отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи
			Владеет способами установления контактов и выстраивания отношения с членами команды на основе доверия и взаимопомощи

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Профилактика семейных конфликтов» применяются следующие образовательные

технологии и методы активного/интерактивного обучения: деловая игра, работа в малых группах, круглый стол.

Аннотация дисциплины

Современное визуальное и пространственное искусство

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётные единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной базовой части ОП, изучается на 3 курсе и завершается *зачетом*. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме *18 часов*, практических/лабораторных *18 часов*, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – *108 часов (в том числе с включением онлайн-курса в объеме 0 часов)*.

Язык реализации: русский

Цель: создание устойчивых представлений об основных художественных и стилистических тенденциях в современных пространственных и пластических искусствах.

Задачи:

1. Знакомство с основными современными стилистическими направлениями в историческом контексте;
2. Выявление характерных черт, свойственных стилевым направлениям;
3. Изучение особенностей жанровой панорамы визуальных и пространственных искусств XX – начала XXI века;
4. Знакомство с наиболее значимыми образцами современного визуального, пространственного и пластического искусства;
5. Изучение творчества наиболее значимых художников.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: УК-4.2; УК-5.1, полученные в результате изучения дисциплин «История России», «Философия»,

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
---	---	--	--

Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи	знает основные стилистические направления современного искусства и их характерные черты умеет определять стилистическую и жанровую принадлежность произведений современного искусства владеет навыками анализа произведений современного искусства.
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды	знает формы презентации современного искусства умеет представить стили и жанры современного искусства владеет навыками презентации современного искусства

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Современное визуальное и пространственное искусство» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: собеседование, дискуссия.

Аннотация дисциплины

Спортивный и оздоровительный массаж

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачётных единицы / 144 академических часа. Является дисциплиной части ОП, формируемой участниками образовательных отношений, изучается на 3-ем курсе и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лекционных занятий в объеме 18 часов, практических занятий – 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 108 часов.

Язык реализации: русский.

Цель: изучение способов укрепления и восстановления здоровья, повышения работоспособности человека методиками спортивного и оздоровительного массажа.

Задачи:

1. Изучение механизмов влияния массажа на здоровье и работоспособность, основных приемов массажа (поглаживания, растирания, разминания и вибрации) и способов их выполнения.

2. Освоение техники массажа различных анатомических областей тела, применяемых при заболеваниях опорно-двигательного аппарата и внутренних органов, травмах.

3. Изучение показаний и противопоказаний к проведению оздоровительного массажа, особенностей сочетания лечебного массажа с физиотерапией, лечебной физкультурой и другими методами восстановительного лечения.

4. Разработка плана построения массажной процедуры и курса массажа.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический	УК-1.5 Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, в том	знает основные методы физической реабилитации, - морфофункциональные, социально-психологические

	<p>анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>числе и междисциплинарного характера, требуемую для решения поставленной задачи</p>	<p>особенности лиц с отклонениями в состоянии здоровья, биохимические и физиологические механизмы, обеспечивающие восстановление повреждённых тканей организма</p> <p>умеет дифференцированно составлять и проводить программы физической реабилитации для восстановления нарушенных или временно утраченных функций организма</p> <p>владеет навыками мануальной и психологической реабилитации для наиболее типичных нозологических форм, видов инвалидности, различных возрастных и гендерных групп лиц с отклонениями в состоянии здоровья</p>
<p>Командная работа и лидерство</p>	<p>УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.3 Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p>	<p>знает компоненты и факторы, формирующие индивидуальное здоровье человека, а также компенсаторные возможности оставшихся после болезни или травмы функций организма человека для наиболее типичных нозологических форм</p> <p>умеет спланировать и провести сеанс и курс массажа, применяя приёмы поглаживания, растирания, разминания и вибрации в оптимальном ритме и с необходимой интенсивностью воздействия</p> <p>владеет навыками анализа обоснования схемы применения реабилитационных программ на различных этапах восстановления для наиболее типичных нозологических форм, видов инвалидности, различных возрастных и гендерных групп лиц с отклонениями в состоянии здоровья</p>

Аннотация дисциплины

Деловые коммуникации

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачётная единица / 36 академ. часа. Является дисциплиной, формируемой участниками образовательных отношений (факультативной). Изучается на 3 курсе и завершается зачетом (6 семестр). Учебным планом предусмотрено проведение лабораторных занятий в объеме 10 часов, также выделены часы на самостоятельную работу студента - 26 часов.

Язык реализации: *русский.*

Цель курса «Деловые коммуникации» – формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в организации и проведении культуры цивилизованной дискуссии-спора как одной из наиболее важных составляющих коммуникативной культуры PR-менеджера в рекламе, расширение знаний студентов в области теории коммуникации и выработка навыков эффективной коммуникации.

Задачи дисциплины обусловлены целью ее изучения и могут быть определены следующим образом:

1. изучение этических основ деловых отношений;
2. освоение этики предотвращения конфликтных ситуаций;
3. знакомство с деловым этикетом и атрибутами делового общения;
4. формирование личностно-нравственного облика специалиста.

Для успешного изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие предварительные компетенции: ОПК-7, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8, полученные в результате изучения дисциплин: Социология массовых коммуникаций, Креативные технологии в рекламе и связях с общественностью, Маркетинг в рекламе и связях с общественностью. Обучающийся должен быть готов к изучению таких дисциплин, как Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Психология массовых коммуникаций, Имиджелогия, Реклама и связи с общественностью в политике, формирующих

компетенции ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-8.

Компетенции студентов, индикаторы их достижения и результаты обучения по дисциплине:

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
Организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК -1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	<p>Знает специфику коммуникаций в деловой сфере; основные виды и формы деловых коммуникаций; особенности различных видов делового общения; правовые и этические основы деловых коммуникаций приемы, принципы, правила делового общения</p> <p>Умеет подбирать необходимые методы и средства для осуществления делового общения; разрабатывать структуру деловой беседы, презентаций, переговоров, публичного выступления как коммуникативного процесса; разрабатывать стратегию поведения в конфликтной ситуации; оценивать влияние выбранной психологической позиции на эффективность в общении эффективно осуществлять деловую коммуникацию.</p> <p>Реализует типовые</p>

			<p>алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p>
		<p>ПК -1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций мероприятий формирования корпоративной идентичности корпоративной культуры</p>	<p>Знает технологии организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p> <p>Умеет использовать результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта</p> <p>Владеет культурой диалога, письма в процессе осуществления деловых коммуникаций; приемами установления, поддержания деловых контактов; подходами к определению оптимальной стратегии поведения в различных деловых контактах для достижения поставленных целей базовым инструментарием делового общения</p>

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Деловые коммуникации» применяются следующие образовательные технологии и методы активного/интерактивного обучения: групповые дискуссии, работа в парах или малых группах, подготовка мультимедийных презентаций.

Аннотация дисциплины

Коммуникационный менеджмент

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачётная единица / 36 академических часов (7 сем.). Является дисциплиной факультативов, изучается на 4 курсе (7 сем.) и завершается зачетом. Учебным планом предусмотрено проведение лабораторных занятий в объеме 18 часов, а также выделены часы на самостоятельную работу студента – 18 часов на четвертом курсе в 7 семестре.

Язык реализации – русский

Целью курса является ознакомление студентов с системой управления информационными потоками в рамках информационного взаимодействия организации с общественными подсистемами. Применительно к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью курс «Коммуникационный менеджмент» сосредотачивается на проблемах, которые встречаются в практике работы данных специалистов.

Задачи:

1. ознакомить с основными принципами функционирования коммуникационного менеджмента;
2. ознакомить с принципами использования коммуникационного менеджмента в рекламе и связях с общественностью;
3. раскрыть формы и методы коммуникационного менеджмента;
4. изучить алгоритмы применения коммуникационного менеджмента в деятельности рекламы и связи с общественностью.

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы, характеризуют формирование следующих компетенций:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
маркетинговый	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и	ПК -6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
	социологические исследования	познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании
технологический	ПК-7. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
		ПК-7.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК -6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	Знает особенности социологических исследований, их различия, методы прикладных количественных и качественных исследований, возможности персонала при проведении маркетинговых и социологических исследований
	Умеет ориентироваться в различиях между социологическими исследованиями, производить выбор методов в зависимости от цели исследования, производить отбор персонала в зависимости от вида исследования
ПК-7.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	Умеет осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата в рамках организации специальных мероприятий.
	Владеет навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели в рамках организации специальных мероприятий.
ПК-7.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знает основы коммуникационной логики и этики в устной и письменной формах; приемы и модели создания рекламного и PR-текста, коммуникационного продукта
	Умеет создавать рекламные и PR- тексты, коммуникационные продукты согласно поставленным целям с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта с использованием современных технических средств и основных технологий цифровых коммуникаций.

Аннотация программы практики

Направление подготовки / специальности **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *учебная*

Способ проведения практики: *стационарная / выездная*

Форма проведения практики: *концентрированная*

Тип практики: *профессионально-ознакомительная*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость учебной практики составляет 2 недели, 3 зачетных единиц, 108 акад. часов.

База проведения практики: *на базе ДВФУ или на базе предприятий – партнеров программы.*

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)
Тип задач: организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний ...
	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта
Тип задач: авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Тип задач: маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования
Тип задач: технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций

Тип задач: проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
----------------------	---

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Учебная профессионально-ознакомительная практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.В.01(У)) и является обязательной.

5. Форма отчетности по практике: дневник практики, отчет с портфолио и проектом, презентация.

6. Форма промежуточной аттестации по практике: *зачет с оценкой*

Аннотация программы практики

Направление подготовки / специальности 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *производственная*

Способ проведения практики: *стационарная / выездная*

Форма проведения практики: *концентрированная*

Тип практики: *профессионально-творческая*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 4 недели, 6 зачетных единиц, 216 акад. часов.

База проведения практики: *на базе ДВФУ или на базе предприятий – партнеров программы.*

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)
Продукт профессиональной деятельности	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
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной

	ответственности
Тип задач: организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний
Тип задач: авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Тип задач: технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций
Тип задач: проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Производственная профессионально-творческая практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.О.01(П)) и является обязательной.

5. Форма отчетности по практике: дневник практики, отчет с портфолио и проектом, презентация.

6. Форма промежуточной аттестации по практике: *зачет с оценкой*

Аннотация программы практики

Направление подготовки / специальности **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *производственная*

Способ проведения практики: *стационарная / выездная*

Форма проведения практики: *концентрированная*

Тип практики: *технологическая (проектно-технологическая) практика*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 4 недели, 6 зачетных единиц, 216 акад. часов.

База проведения практики: *на базе ДВФУ или на базе предприятий – партнеров программы.*

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
Культура	ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
Аудитория	ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
Медиакоммуникационная система	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

Технологии	ОПК-6 Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Эффекты	ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Тип задач: организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний
	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта
Тип задач: авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Тип задач: маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования
Тип задач: технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций
Тип задач: проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.О.02(П)) и является обязательной.

5. Форма отчетности по практике: дневник практики, отчет с портфолио и проектом, презентация.

6. Форма промежуточной аттестации по практике: зачет с оценкой

Аннотация программы практики

Направление подготовки / специальности **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *производственная*

Способ проведения практики: *стационарная*

Форма проведения практики: *рассредоточенная*

Тип практики: *научно-исследовательская работа*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 18 недель, 5 зачетных единиц, 180 акад. часов.

База проведения практики: *на базе ДВФУ.*

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)
Тип задач: организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний
	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта
Тип задач: авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Тип задач: маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования
Тип задач: технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы

	коммуникаций
Тип задач: проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Производственная практика. Научно-исследовательская работа является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.В.02(П)) и является обязательной.

5. Форма отчетности по практике: дневник практики, отчет с эссе (статьей) и проектом, презентация.

6. Форма промежуточной аттестации по практике: *зачет с оценкой*

Аннотация программы практики

Направление подготовки / специальности **42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Образовательная программа «Реклама и связи с общественностью»

1. Вид практики, способ и форма ее проведения

Вид практики: *производственная*

Способ проведения практики: *стационарная / выездная*

Форма проведения практики: *концентрированная*

Тип практики: *преддипломная практика*

2. Общая трудоемкость, база проведения практики

Общая трудоемкость производственной практики составляет 4 и 5/6 недели, 7 зачетных единиц, 252 акад. часа.

База проведения практики: *на базе ДВФУ или на базе предприятий – партнеров программы.*

3. Перечень формируемых компетенций по практике

Наименование категории (группы) компетенций	Код и наименование компетенции (результат освоения)
Тип задач: организационный	ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	ПК-2 Способен осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний
	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта
Тип задач: авторский	ПК-4 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Тип задач: маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования

Тип задач: технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций
Тип задач: проектный	ПК-8 Способен осуществлять разработку и реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

4. Место практики в структуре образовательной программы:

Производственная преддипломная практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы, входит в Блок 2 учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью» (Б2.О.03(П)) и является обязательной.

5. Форма отчетности по практике: дневник практики, отчет с портфолио и проектом, презентация.

6. Форма промежуточной аттестации по практике: *зачет с оценкой*