

**Аннотации рабочих программ дисциплин
основной образовательной программы
42.03.01 Реклама и связи с общественностью», профиль «PR_ - технологии в бизнесе»
2020 год набора**

Б1.О.01.01 Философия	
Цель:	формирование у будущих бакалавров твердых теоретических знаний по наиболее важным философским проблемам, идеям, концепциям, которые будут способствовать более глубокому усвоению знаний по специальным дисциплинам.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - дать студентам систему философских знаний; - научить ориентироваться в истории философии; - проследить в многообразии и постоянном обновлении взглядов философов единства, воспроизведение, дальнейшую переработку «вечных» тем; - привить навыки определения общего характера концепций, различения типа философских позиций; - развить способность самостоятельного анализа и осмысления принципиальных вопросов мировоззрения.
Содержание дисциплины:	Философия, ее предмет и роль в обществе. Философия в системе культуры. Основные этапы исторического развития философии. Философское учение о бытии (онтология). Философское учение о познании (гносеология). Философская теория развития мира. Учение о человеке в философии (философская антропология). Философский анализ общества (социальная философия): общество, культура, цивилизация. Философское осмысление глобальных проблем современности. Философия науки и техники.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.01.02 Логика	
Цель:	формирование социально-личностных, когнитивных, ценностных и коммуникативных компетенций.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - изучить и практически освоить основные формы логического мышления; - изучить приемы и правила аргументации; - научить студентов использовать основные логические законы, способы доказательства и опровержения в их будущей профессиональной деятельности.
Содержание дисциплины:	Введение в дисциплину. Язык и законы логики. Формы абстрактного мышления: понятия, суждения, умозаключения. Доказательство и аргументация. Виды гипотез.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.01.03 История (история России, всеобщая история)	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> – формирование целостного восприятия исторического развития прошлого человечества, аналитического подхода к изучению событий и процессов истории России и всеобщей истории, представления о месте истории России в мировой истории; – формирование исторического сознания как неотъемлемой части мировоззрения выпускника, как важнейшей характеристики его образованности и культуры и существенного элемента его духовного развития.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> – изучить историю России в контексте всеобщей истории; – выработать научно обоснованные и актуальные представления о предмете, объекте и содержании всеобщей истории и истории России; – сформировать представления о закономерностях исторического развития человеческого общества и основных его этапах, а также об общих и особенных чертах политического, экономического и культурного развития различных регионов, стран и народов на разных этапах развития; – определить историческое место России в мировом человеческом сообществе, вклад России в формирование основных цивилизационных ценностей; – обозначить представления о научных спорах и дискуссиях в современной историографии и развитии исторической науки в прошлом; – сформировать навыки самостоятельной работы студентов с учебной и научной литературой по актуальным вопросам исторической науки.
Содержание	Теория и методология исторической науки. Древние цивилизации (Древний

дисциплины:	Восток и античность). Западная Европа и Русь в средние века (V- посл. треть XV вв.). Западная Европа и Россия в Раннее Новое время (последняя треть XV – 1640 г.). Мир и Россия в Новое время: 1640 - первая четверть XIX вв. Мир и Россия в Новое время: 1825 – 1917 гг. Россия и мир в Новейшее время (1917-1991 гг.). Россия и мир на современном этапе развития (1992-2019 гг.).
Форма контроля:	контрольная работа, экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.О.01.04 Основы экономических знаний	
Цель:	- сформировать у студентов экономический образ мышления и осмысления закономерностей и явлений, происходящих в экономике страны и мирового хозяйства, развить потребности в получении экономических знаний, овладение умением осмысливать, систематизировать и анализировать экономическую информацию, применение полученных знаний и умений для решения типичных экономических задач.
Задачи:	Теоретическое освоение студентами современных экономических концепций и моделей. Приобретение ими практических навыков анализа экономических ситуаций и закономерностей поведения хозяйственных субъектов в условиях рыночной экономики, ситуаций на конкретных рынках товаров и ресурсов, движения уровня цен и объемов выпуска. Приобретение практических навыков анализа движения цен и денежной массы, решения проблем, связанных с подъемами и спадами циклического характера. Понимание содержания и сущности мероприятий в области бюджетно-налоговой, кредитно-денежной и инвестиционной политики, политики в области занятости, доходов. Ознакомление с текущими экономическими проблемами России и мира.
Содержание дисциплины:	Основы теории потребительского поведения. Поведение фирмы в условиях совершенной и несовершенной конкуренции на рынке. Основные макроэкономические показатели. Система национальных счетов. Общественный сектор экономики и государственная макроэкономическая политика.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.01.05 Основы права	
Цель:	- приобретение знаний по основам государства и права, а также основным отраслям системы права Российской Федерации: конституционного права, гражданского права, семейного права, трудового права, административного права, уголовного права, что необходимо для формирования у студентов позитивного отношения к праву.
Задачи:	- уяснение сущности понятий государства и права, осознание их роли в жизни общества; - усвоение закономерностей функционирования права как сложного социального института в формате государственно-правового регулирования. - формирование представления об основных отраслях системы права Российской Федерации.
Содержание дисциплины:	Понятие и сущность государства и права. Источники и система права. Основы конституционного права России. Основы административного права. Основы гражданского права. Основы семейного права. Основы трудового права. Основы уголовного права. Основы экологического права. Основы информационного права.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.01.06 Естественная картина мира	
Цель:	- помочь студенту определить мировоззренческие ориентиры, ценностные установки, необходимые в процессе формирования его личности, сформировать у студентов научную картину мира, включающую представления о месте человека в мире, результатах его деятельности и возможности выживания в условиях экологического кризиса.
Задачи:	- познакомить студентов с основными концепциями современного естествознания; - показать, что в мире действуют глобальные процессы развития, охватывающие природу, общество и человеческую жизнь, проходящие по единым законам и алгоритмам; - дать знания о важнейших закономерностях развития природы и общества;

	<ul style="list-style-type: none"> - предостеречь от возможных опасностей применения научных знаний, ознакомив студентов с основными принципами биоэтики. - выработать способность применять на практике полученные знания в социокультурной сфере, использовать их для принятия решений в своей профессиональной деятельности, прежде всего, проектной, научно-исследовательской и организационно-управленческой.
Содержание дисциплины:	Основы науковедения. История науки. Физическая картина мира. Основы космологии. Земля как предмет естествознания. Современные концепции химии. Основы биологии. Человек как предмет естествознания. Основы экологии. Биосфера и космос. Человек и природа.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.01.07 Математика	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - освоение основных понятий, определений, теорем и методов, формирующих общую математическую подготовку и развивающих абстрактное, логическое и творческое мышление; - сформировать у студентов основы математического аппарата, необходимого для глубокого изучения курсов специальных дисциплин, связанных с обработкой данных и результатов исследований.
Задачи:	- сформировать у студента требуемый набор компетенций, соответствующих его специализации и обеспечивающих его конкурентоспособность на рынке труда.
Содержание дисциплины:	Элементы теории вероятностей. Элементы математической статистики.
Форма контроля:	контрольная работа
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.02.01 Информационно-коммуникационные технологии	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - формирование основ научного мировоззрения (формирование представлений об информации как одном из трех основополагающих понятий науки: веществе, энергии, информации, на основе которых строится современная научная картина мира); - формирование общеучебных и общекультурных навыков работы с информацией (формирование умений грамотно пользоваться источниками информации, правильно организовывать информационный процесс); - овладение средствами ИКТ, формирование основ информационно-коммуникационной компетентности (подготовка к разнообразным видам деятельности, связанным с обработкой информации с использованием ИКТ); - освоение правовых и этических норм поведения человека в информационной сфере деятельности.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - обобщить представления учащихся об информационном обществе; - обобщить представления учащихся о целях изучения курса информатики и ИКТ; - обобщить и систематизировать знания учащихся о роли ИКТ при изучении общеобразовательных предметов и в повседневной жизни; - повторить правила техники безопасности и организации рабочего места при работе со средствами ИКТ.
Содержание дисциплины:	Способы поиска информации в сети Интернет. Типы поисковых систем. Использование расширенного поиска и языка запросов. Открытые источники информации Интернета.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.02.02 Иностранный язык	
Цель:	обучение практическому владению языком для активного применения иностранного языка в общебытовом и профессиональном общении, формирование у студента способности и готовности к межкультурной коммуникации,
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - развитие навыков устного и письменного иноязычного общения; - умение работать с литературой, т.е. овладению всеми видами чтения, основами реферирования, аннотирования и перевода литературы по профилю - развитие навыков публичной речи в рамках социокультурной и профессиональной тематики;

	- ознакомление обучающихся с элементами конкретной культуры, значимыми для успешного осуществления контактов с ее представителями; - развитие навыков самостоятельного углубления и совершенствования полученных знаний и умений в профессиональной деятельности.
Содержание дисциплины:	Модуль 1 Лингвокультурологический Модуль 2 Профессиональная коммуникация
Форма контроля:	1 семестр – зачет 2 семестр - экзамен
Общая трудоемкость:	8 з.е.
Б1.О.02.03 Русский язык и культура речи	
Цель:	- качественно повысить уровень речевой культуры; развить навыки эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения; расширить кругозор.
Задачи:	- дать представление об основных свойствах языковой системы, о законах функционирования русского литературного языка и современных тенденциях его развития; обогатить представления о языке как важнейшей составляющей духовного богатства народа; - познакомить с системой норм русского языка, совершенствовать навыки правильной речи (устной и письменной); - показать богатые выразительные возможности русского языка; - выработать навыки создания точной, логичной, выразительной речи; - сформировать умение организовать свою речевую деятельность языковыми средствами и способами, адекватными ситуациям общения; научить умелому использованию приемов оптимизации всех видов речевой деятельности; - выработать у студентов умение четко разграничивать стили языка и речи, правильно и целесообразно оперировать стилистическими средствами русского языка; - выработать навыки речевого оформления официально-деловых документов разного вида; - расширить активный словарный и фразеологический запас студентов; развить лингвистическое мышление и коммуникативную культуру; - научить пользоваться различными нормативными словарями и справочниками, отражающими проблемы культуры речи.
Содержание дисциплины:	Культура речи. Стилистика. Риторика.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.02.04 Язык искусства (великие книги, великие фильмы, музыка, живопись)	
Цель:	формирование у обучающихся представительной картины определяющих явлений литературы и искусства, способствующих осознанию составляющих мирового культурного процесса как особых эпох с собственными философско-эстетическими доминантами и приоритетами.
Задачи:	- обеспечить приобретение студентами систематизированных знаний о закономерностях развития культурно-исторических эпох, стилей, направлений и национальных школ в искусстве; - показать особенности развития мировой литературы, дать представление о литературном процессе, взаимодействии и взаимовлиянии литератур; - воспитать художественно-эстетический вкус и культуру восприятия произведения искусства; - обучить умению первичного анализа произведения искусства с учетом его исторических и идеологических характеристик; - акцентировать внимание студентов на узловых моментах истории отечественных и зарубежных произведений литературы и искусства, выявить их взаимосвязь с историческими этапами развития страны.
Содержание дисциплины:	Великие книги античности и средневековья. Великие книги эпохи Возрождения (Ренессанса), XVII и XVIII веков. Великие книги XIX века. Великие книги XX века. Великие отечественные фильмы. Великие зарубежные фильмы. Великая зарубежная музыка. Великая отечественная музыка. Великая зарубежная живопись. Великая отечественная живопись.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	4 з.е.

трудоемкость:	
Б1.О.02.05 Психология общения	
Цель:	- формирование теоретических знаний о психологических феноменах и закономерностях общения, совершенствование практических умений конструктивного межличностного взаимодействия.
Задачи:	- познакомить студентов с основами психологии общения, его закономерностями, условиями и способами осуществления в ситуациях социального взаимодействия; - развить понимание сложности и динамичности психической сферы человека, психологических различий между людьми и необходимости познания индивидуально- психологических особенностей партнеров по общению; - способствовать развитию у обучающихся умений анализировать ситуации общения и выбирать приёмы конструктивного взаимодействия в совместной деятельности.
Содержание дисциплины:	Понятие и структура общения. Управление поведением в конфликтной ситуации. Управление поведением в конфликтной ситуации. Проявление темперамента и характера в общении. Саморегуляция в процессе общения. Развитие компетентности в общении.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.02.06 Ораторское искусство	
Цель:	- формирование коммуникативной и риторической компетенции студента.
Задачи:	- овладение риторическими знаниями о правилах и нормах общения, о требованиях к речевому поведению в различных коммуникативно-речевых ситуациях. - изучение и использование коммуникативно-речевых (риторических) умений. - осознание особенностей делового общения, специфики коммуникативно-речевых ситуаций в профессиональной деятельности. - овладение умением решать коммуникативные и речевые задачи в конкретной ситуации общения. - изучение опыта анализа и создания профессионально значимых типов высказываний. - развитие творчески активной речевой личности, умеющей применять полученные знания и сформированные умения в новых постоянно меняющихся условиях проявления той или иной коммуникативной ситуации, способной искать и находить собственное решение многообразных профессиональных задач.
Содержание дисциплины:	История возникновения ораторского искусства. Что такое риторика. Основы мастерства ораторской речи. Техника публичного выступления. Разнообразие родов, видов и жанров ораторского искусства.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.03.01 Безопасность жизнедеятельности	
Цель:	состоит в том, чтобы наряду с интегрированными знаниями по первой медицинской помощи и медико-социальным аспектам охраны здоровья человека заложить гуманистическую идею духовного развития личности с высоким уровнем культуры здоровья.
Задачи:	- осознание значимости здоровья в иерархии человеческих ценностей и потребностей; - формирование стиля жизни обеспечивающего саморазвитие здоровья; - приобретение медико-гигиенических знаний и практических умений для обеспечения охраны здоровья, профилактики заболеваний и привития студентам культуры здоровья.
Содержание дисциплины:	Человек и его здоровье с позиции системного подхода. Основы микробиологии. Инфекционные заболевания. Основные понятия иммунологии. Пищевые токсикоинфекции. Оказание первой медицинской помощи. Заболевания сердечно-сосудистой системы. Неотложные состояния Оказание первой медицинской помощи. Заболевания дыхательной системы. Неотложные состояния. Оказание первой медицинской помощи. Заболевания желудочно-кишечного тракта. Неотложные состояния. Оказание первой медицинской помощи. Заболевания эндокринной системы. Неотложные состояния. Оказание первой медицинской помощи. Понятие о смерти и ее этапах. Понятие о реанимации. Оказание

	первой медицинской помощи.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.03.02 Физическая культура и спорт	
Цель:	- формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья.
Задачи:	- формирование понимания роли ФК в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности; - знание научно-практических основ ФК и ЗОЖ; - формирование мотивационно-ценностного отношения к ФК, установки на здоровый образ жизни, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом;
Содержание дисциплины:	Методическая подготовка. Методико-практический раздел. Практический раздел. (Общезначимая подготовка). Контрольный раздел.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.04.01 Основы проектной деятельности 1	
Цель:	- формирование готовности студентов к реализации проектной деятельности широкого профиля, нацеленной на преобразование социокультурной среды, способов жизнедеятельности индивидов и их групп.
Задачи:	- систематизация представлений об основах проектной деятельности для дальнейшего применения полученных знаний и умений в решении конкретных практических задач с использованием проектного метода; - формирование проектного мышления и освоение базовых принципов проектной деятельности; - освоение основных субъектных позиций в проектной деятельности: исполнителя проектных заданий, разработчика проектных задач, организатора рефлексивной коммуникации, разработчика проекта; - стимулирование понимания проектных решений как рефлексивно-деятельностных форм работы с будущим, способов самообразования и саморазвития.
Содержание дисциплины:	Сущность и социокультурная природа проектной деятельности. Проблемное поле проектной деятельности. Атрибуты проектной деятельности и условия ее реализации.
Форма контроля:	контрольная работа
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.04.02 Основы проектной деятельности 2	
Цель:	- знакомство студентов с сущностью и инструментами проектного менеджмента, позволяющего квалифицированно принимать решения по координированию людей, оборудования, материалов, финансовых средств и графиков для выполнения определенного проекта в заданное время, в пределах бюджета и к удовлетворению заказчика (потребителя).
Задачи:	- ознакомление студентов с историей развития методов управления проектами; - изучение научных, теоретических и методических основ системы управления проектами; - изучение методических подходов к принятию решений по выработке концепции проекта, его структуризации и оценке; - изучение роли и функций проектного менеджера на различных этапах жизненного цикла проекта; - знакомство с организационными формами управления проектами и методами их разработки и оптимизации; - изучение инструментария планирования и контроля хода выполнения проекта; - приобретение и развитие навыков исследовательской и творческой работы, экономического моделирования проектов с применением программных средств.
Содержание дисциплины:	Тема 1 «История развития метода управления проектами и его концепция. Тема 2 «Основы управления проектами». Тема 3. «Разработка проекта и оценка его эффективности». Тема 4. «Планирование проекта». Тема 5. «Структуризация проекта и порядок разработки проектно-сметной документации (ПСД)». Тема 6.

	«Управление временем проекта». Тема 7. «Управление стоимостью проекта». Тема 8. «Управление проектной командой».
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.04.03 Проектирование в профессиональной деятельности	
Цель:	- сформировать представление об основах проектной деятельности; - научить студентов основным принципам проектной деятельности; - уметь применять теоретические знания к анализу конкретных ситуаций и материалов; - уметь осуществлять подготовку проектов; - эффективно участвовать в организации и реализации проектов;
Задачи:	- под контролем выполнять ряд профессиональных функций в области проектной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью; - проводить коммуникационные проекты, кампании и мероприятия; планировать коммуникационные кампании и мероприятия в рамках тех или иных проектов; - реализовывать знания в области рекламы в проектной деятельности; осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в соответствии с задачами проекта;
Содержание дисциплины:	Теоретические основы проектной деятельности. Подготовка к проекту. Виды проектов. Планирование проекта. Исполнение и завершение проекта.
Форма контроля:	курсовой проект, курсовой проект
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.О.05.01 Основы теории коммуникации	
Цель:	- овладение и реализация компетенций, заявленных для данной дисциплины; а также представляется необходимым преподавать студентам научные знания об истории и современном состоянии теории коммуникации
	направлений, школ, концепций, сложившихся в теории коммуникации в течение XX – XXI веков; - вооружить будущих специалистов знаниями, умениями и навыками, необходимыми для ведения профессиональной и популяризаторской работы по данной дисциплине; - способствовать расширению научного кругозора с помощью обращения к междисциплинарным научным знаниям, привлечением данных близкородственных наук (лингвистики, философии, семиотики, межкультурной коммуникации, лингвокультурологии, литературоведения) выработке у них аналитических подходов в рассмотрении вопросов, носящих проблемный характер; - сформировать у студентов самостоятельное, творческое осмысление фактов основных проблем теории коммуникации с учетом тенденций в развитии данной науки; - раскрыть многоаспектный характер моделей коммуникации, показать взаимозависимость и взаимосвязь ее элементов; рассмотреть вопросы, связанные с исследованиями в области массовой коммуникации; ознакомить студентов с методикой научных исследований и подготовить к ведению в будущем самостоятельной профессиональной работы в сфере PR с привлечением полученных знаний по теории коммуникации.
Содержание дисциплины:	Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина. Истоки и основные этапы развития теории коммуникации. Проблемы коммуникации в истории социально-философской мысли. Виды коммуникации. Вербальная коммуникация. Невербальная коммуникации. Уровни коммуникации. Межличностная коммуникация. Коммуникации в малых группах. Массовая коммуникация. Виды профессионально- ориентированной коммуникации. Политическая коммуникация. Публичная коммуникация. Межкультурная коммуникация. Коммуникация в рекламе и PR. Семиотика в рекламе и PR.
Форма контроля:	экзамен, экзамен
Общая трудоемкость:	з.е.
Б1.О.05.02 Социология массовых коммуникаций	
Цель:	- показать место и роль социологических исследований в массовых коммуникациях; - на основе социологических знаний об обществе, социальных процессах, теоретических знаний о рекламе и приобретенных навыков профессиональной

	деятельности изучить специфику применения социологических методов в познании.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - развитие профессиональных навыков использования социологической информации в профессиональной деятельности; - освоение социологических методов познания в исследовании социальных проблем в практической деятельности; придание выпускнику комплекса знаний и компетенций в соответствии с требованиями работодателей
Содержание дисциплины:	Социология массовых коммуникаций: основные понятия и категории. Массовые коммуникации как объект социологии. Журналистика и общество: системное взаимодействие. Журналистика в системе субъектно-объектных отношений: коммуникатор – аудитория. Сообщение как элемент коммуникационного процесса и методы его исследования. Основные направления и методы эмпирических исследований СМИ. Социологический анализ содержания материалов СМИ. Методика исследований контента. Изучение особенностей различных каналов массовой коммуникации. Социология в журналистской работе.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.05.03 Психология массовых коммуникаций	
Цель:	познакомить бакалавров с основами психологии массовой коммуникации и ее ключевыми направлениями, а также сформировать общее представление о психологических особенностях протекания массовой коммуникации в сфере рекламы.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - актуализация и систематизация знаний о массовой коммуникации; знакомство с профессиональной терминологией в области психологии МК; - знакомство с психологическим подходом к массовой коммуникации; - формирование умений и навыков психологического анализа массовой коммуникации в сфере рекламы.
Содержание дисциплины:	<p>Раздел 1. Теория и практика психологических исследований в области массовой коммуникации</p> <p>Раздел 2. Психические процессы и состояния в массовой коммуникации</p> <p>Раздел 3. СМИ и массовое сознание: психологические аспекты взаимодействия</p> <p>Раздел 4. Психологические эффекты массовой коммуникации</p> <p>Раздел 5. Психология пропаганды</p> <p>Раздел 6. Психология рекламного воздействия</p> <p>Раздел 7. Психология слухов</p> <p>Раздел 8. Психология моды</p>
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	5 з.е.
Б1.О.05.04 Теория и практика массовой информации	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомление студентов с концептуальными основами теории и практики массовой информации как средства массовых коммуникаций в современном обществе и базового инструмента специалистов по связям с общественностью; - формирование целостного представления об информационных процессах и явлениях в современном мире; формирование навыков информационной культуры, формирование представлений о системе современных печатных и аудиовизуальных СМИ, целях и методах журналистской работы.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - обозначить различия в исторических векторах развития зарубежных и отечественных медиасистем и возможности их взаимосвязей, взаимодействия; - предложить современное понимание теоретических парадигм конвергентной медиакоммуникации как коммуникации нового типа и возможностей ее использования; - расширение представления обучающихся об информационных источниках, процедуре и методике сбора информации; - изучить основные жанры PR- текстов, выявление структурной и стилистической специфики каждого вида текста, выработка практических навыков по их написанию согласно современным требованиям; - обобщить и расширить представления обучающихся о современной системе PR-текстов, основных каналах их распространения, освещение основных тенденций использования PR-материалов различными типами СМИ;

	сформировать представление об организации и проведении публичных мероприятий с участием представителей средств массовой информации, а также информационном сопровождении событий различного типа.
Содержание дисциплины:	Массовая информация и ее характеристики. СМИ в информационном обществе. Журналист как профессия. Подача журналистского материала на ТВ. Система жанров в журналистике.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	5 з.е.
Б1.О.05.05 Реклама в коммуникационном процессе	
Цель:	изучение студентами природы рекламного информирования и воздействия, места и значения рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, и освоение студентами основных приемов создания рекламного сообщения, а также овладения методами разработки рекламных стратегий.
	<ul style="list-style-type: none"> - знакомство с рекламным законодательством и этикой проведения рекламных кампаний; - знакомство с основными стилевыми чертами рекламного функционального стиля; - изучение разноуровневых языковых ресурсов, используемых в рекламе; - рассмотрение языковых и стилистических приемов, применяемых на разных этапах психологического воздействия рекламного сообщения; - изучение языковых особенностей рекламных слоганов, заголовков, товарных знаков; <p>выработка навыков анализа, оценки и исправления рекламных текстов.</p>
Содержание дисциплины:	Сущность, цели и задачи рекламы. Классификация рекламы. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Средства распространения рекламы. Основы разработки рекламных обращений. Виды рекламных кампаний. Социальная реклама. Кросскультурный анализ рекламной коммуникации. Общество и реклама: способы регуляции. Реклама в обществе: эффект и эффективность.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.05.06 Интегрированные коммуникации	
Цель:	- сформировать представления о феномене коммуникаций в обществе в целом и профессиональной деятельности в частности; раскрыть сущность и специфику коммуникации как основы деятельности в рекламе и связях с общественностью;
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - охарактеризовать особенности коммуникационной деятельности в рекламе и связях с общественностью во всем сходстве и различии их характеристик; - проанализировать современные тенденции развития коммуникационных процессов, и прежде всего – их стремление к интегрированности, а затем и выход на уровень стратегии; <p>выработать у студентов умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной и бытовой коммуникации.</p>
Содержание дисциплины:	Управление коммуникациями организации. Реклама как элемент интегрированных коммуникаций. От интегрированных к стратегическим коммуникациям
Форма контроля:	зачет с оценкой, экзамен
Общая трудоемкость:	9 з.е.
Б1.О.06.01 Социология	
Цель:	- формирование у студентов научного представления о социологическом подходе к анализу социальных систем и процессов, а также навыков применения усвоенных знаний в своей профессиональной деятельности.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - формирование представления об основных концепциях общества и личности, социальных взаимодействиях и закономерностях поведения людей и социальных общностей, о мировой системе и мировых процессах, о методах социологического исследования. - формирование навыков анализа социальных проблем и процессов, аргументированного и ясного изложения своей позиции, навыков работать в

	коллективе.
Содержание дисциплины:	Тема 1 «Введение в социологию». Тема 2 «Классические и современные социологические теории. Русская социологическая мысль». Тема 3 «Социальная структура. Социальная стратификация». Тема 4 «Культура как фактор социальных изменений». Тема 5 «Взаимодействие экономики, социальных отношений и культуры: семья, образование, религия, экономическая и политическая системы – как основные социальные институты». Тема 6 «Социальные аспекты развития рынка». Тема 7 «Личность как социальный тип и деятельный субъект. Социализация. Девиация и социальный контроль». Тема 8 «Социальные изменения и социальный прогресс. Россия в мировом сообществе». Тема 9 «Социологическое исследование».
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.О.06.02 Аргументация и деловая коммуникация	
Цель:	- познакомить студентов со спецификой, местом и значением деловых коммуникаций в современном обществе и теорией аргументации.
Задачи:	- дать студентам целостное представление о деловой коммуникации как разновидности специализированной коммуникации; - дать представление о современных научных подходах к организации различных форм деловых коммуникаций, а также практической значимости коммуникативной компетентности в деятельности специалиста по связям с общественностью; - сформировать коммуникативные умения и навыки, необходимые для профессиональной деятельности; - обеспечить теоретическую основу для дальнейшего самостоятельного совершенствования компетентности в деловом общении как части социальной компетентности (формирование коммуникативных умений и навыков организации и проведения различных форм деловой коммуникации); - сформировать умения выявлять психолого-коммуникативный потенциал деловых партнеров; сформировать осознанное отношение к выбору стратегий деловых коммуникаций.
Содержание дисциплины:	Деловое общение как вид коммуникации. Устные жанры деловой коммуникации. Аргументация. Письменные жанры деловой коммуникации.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.06.03 История мировой литературы и искусства	
Цель:	- ознакомление обучающихся с концептуальными основами мирового художественного процесса, основными формами и технологиями современного искусства; - расширение эстетического мировоззрения на основе знания ключевых художественных форм и языков; - углубление навыков эстетической и художественной культуры.
Задачи:	- изучение базовых принципов художественной картины мира и определение места в ней человека; - формирование представлений о мировом художественном процессе, своеобразии отечественной литературы и искусства, принципах функционирования основных художественных форм и языков; - формирование умения анализировать художественные тексты традиционного и современного искусства; - формирование навыков взаимодействия человека с эстетической средой и развитие активного интереса к современному художественному процессу.
Содержание дисциплины:	Литература и искусство как формы познания действительности. Искусство и литература античности. Искусство и литература европейского средневековья и эпохи Возрождения. Искусство и литература XVII-XVIII веков. Искусство и литература XIX века. Искусство и литература XX-XXI веков.
Форма контроля:	зачет, зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	5 з.е.
Б1.О.06.04 Политические институты и технологии	

Цель:	- получение обучающимися теоретических знаний о сущности, содержании, особенностях функционирования и трендов развития политических институтов, процессов и технологий с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков (формирование) по деятельности в области политологии, а также в сфере публичной политики
Задачи:	- изучение теоретико-методологических подходов к анализу политических институтов, процессов и технологий, понятийно-категориального аппарата, исследовательских возможностей и ограниченности различных концепций; - систематизация знаний об исторических предпосылках возникновения, особенностях функционирования, приоритетных направлениях развития политических институтах и процессах в России и за рубежом; - изучение мегатрендов современных политических процессов в России и мире, тенденций и свойств инновационных систем в политике, направлений влияния социальных сетей на политический процесс, функционирование политических институтов и политических технологий; - углубление навыков компаративного и ретроспективного анализа; самостоятельного выявления и анализа новых тенденции в политическом процессе современной России, функционировании политических институтов, разработки сценариев эволюции политического пространства;
Содержание дисциплины:	Политические институты. Политические процессы. Политические технологии.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.06.05 Профессиональная этика в средствах массовой информации	
Цель:	- ознакомление студентов с методологическими и практическими основами культуры делового общения и норм делового этикета. освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и формирование навыков в области делового этикета (написание деловых писем, проведение презентаций, ведение переговоров, собраний, совещаний и т.д.); освоение основ межкультурных коммуникаций.
Задачи:	- изучение понятийного аппарата дисциплины, основных теоретических положений и методов; - привитие навыков применения теоретических знаний для решения практических задач в области делового этикета; - изучение основных составляющих делового этикета; - практическое освоение навыков делового этикета. изучение логических основ культуры речи делового человека.
Содержание дисциплины:	Сущность и виды делового этикета. Структура делового этикета. Деловой этикет при проведении мероприятий. Основные средства деловых коммуникаций в Деловом этикете. Национальные особенности делового этикета. Этика делового общения и деловой этикет. Документационное обеспечение делового этикета.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.06.06 Информационное право	
Цель:	- подготовка на основе самого широкого использования последних достижений правовой науки и практики специалистов в решении задач правового регулирования общественных отношений в информационной сфере.
Задачи:	- создание, сбор, обработка, распространение, хранение информации, создание, предоставление и распространение информационных продуктов, оказание информационных услуг с использованием компьютеров вызвал развитие общественных отношений, требующих правового регулирования.
Содержание дисциплины:	Тема 1. Информационное общество и право. Тема 2. Информационно-правовые нормы и информационные правоотношения. Тема 3. Предмет, методы и система информационного права. Тема 4. Система информационного законодательства. Источники информационного права. Тема 5. Субъекты права в информационной сфере. Тема 6. Документирование информации. Тема 7. Информационные технологии и средства их обеспечения. Тема 8. Правовое регулирование

	общественных отношений в виртуальной среде Интернет. Тема 9. Право на информацию. Защита информации с ограниченным доступом. Тема 10. Правовое регулирование в сфере средств массовой информации, в области библиотечного и архивного дела. Тема 11. Правовые основы обеспечения информационной безопасности.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	5 з.е.
Б1.О.06.07 Кросс-культурные коммуникации	
Цель:	- формирование межкультурной компетентности и воспитание осознания родной культуры и других культур.
Задачи:	- научиться ориентироваться в системе общечеловеческих ценностей и учитывать ценностно-смысловые ориентации различных национальных групп; - научиться руководствоваться принципами культурного релятивизма и этическими нормами общества, отказаться от этноцентризма и уважать своеобразие иноязычной культуры и ценностных ориентаций иноязычного социума - владение навыками социокультурной и межкультурной коммуникации, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов - подготовиться к преодолению влияния стереотипов и осуществлению межкультурного диалога в общей и профессиональной сферах общения Изучение дисциплины призвано также обеспечить: - повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию; - развитие когнитивных и исследовательских умений; - повышение информационной культуры; расширение кругозора и повышение общего культурного уровня студентов.
Содержание дисциплины:	История возникновения и развития межкультурных коммуникаций. Культура и культурное многообразие мира. Этноцентризм и культурный релятивизм. Межкультурная коммуникация как научная дисциплина. Основные стереотипы и предрассудки в межкультурной коммуникации. Результаты межкультурной коммуникации. Освоение культуры. Невербальная коммуникация. Проблемы понимания в межкультурной коммуникации.
Форма контроля:	зачет, зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	5 з.е.
Б1.О.06.08 Современный русский литературный язык	
Цель:	- формирование у студентов системы научных знаний и практических умений в области фонетики, лексики, словообразования, морфологии и синтаксиса современного русского языка.
Задачи:	- познакомить студентов с базовыми теоретическими понятиями фонетики, лексической семантики и лексикологии в целом, с принципами анализа значения слова, с образцами анализа семантического и прагматического содержания слова, с синтагматическими и парадигматическими отношениями в лексике; - с принципами формирования и пополнения лексико-фразеологического состава языка и его социолингвистической, территориальной, стилистической дифференциацией, с основами лексикографии, в формировании представления о внутренней системности лексики и о ее связи с другими уровнями языка; формировании понимания тенденций и перспектив развития лексической системы языка; словообразования, морфологии.
Содержание дисциплины:	Система синтаксических единиц: синтаксические связи и смысловые отношения. Средства выражения синтаксических связей и отношений. Классификация простых предложений. Двусоставное предложение. Односоставное предложение Понятие о сложном предложении. Общие и различительные признаки простого и сложного предложения. Языковые средства связи предикативных частей сложного предложения. Сочинительные союзы как основные средства связи предикативных частей и главные выразители синтаксических отношений. Другие средства связи и выражаемые ими частные грамматические значения. Сложносочиненные предложения однородного и неоднородного состава. Их основные типы. Основные признаки. Сложноподчиненные предложения нерасчлененной и расчлененной структуры. Особенность парадигм. Из истории их изучения. Специфические свойства бессоюзных сложных предложений. Основные средства связи предикативных частей. Типы бессоюзных сложных предложений и их грамматические значения. Знаки препинания. Многочленные предложения с одним видом связи и с разными видами связи предикативных частей. Особенности

	их членения на блоки и пары. Структурные схемы многочленов. Знаки препинания в многочленных сложных предложениях. Синтаксис текста. Его композиционно-смысловая структура. Средства связи частей. Особые виды связи. Типы сложных синтаксических целых. Сложные формы организации монологической речи. Период как форма монологической и диалогической речи. Его структурные и интонационные особенности. Абзац как стилистико-композиционная единица, его структура и роль в тексте. Понятие о пунктуации, история разработки вопроса. Три принципа русской пунктуации: структурный, семантический, интонационный. Основные функции знаков препинания. Особенности пунктуации, связанные с функциональным назначением текста. Предложения с прямой речью, их структура. Слова автора и факт чужой речи, их взаиморасположение. Особенности структуры прямой речи, способы ввода прямой речи. Косвенная речь, ее особенности. Правила перевода прямой речи в косвенную. Цитация. Несобственно-прямая речь.
Форма контроля:	зачет с оценкой, экзамен
Общая трудоемкость:	10 з.е.
Б1.О.06.09 Стилистика и литературное редактирование	
Цель:	- повышение уровня владения устной и письменной речью, ознакомление студентов с общетеоретическими вопросами стилистики, выработка практических навыков работы с текстами разных функциональных стилей, функционально-смысловых типов речи, формирование коммуникативной компетенции студентов.
Задачи:	- дать представление об основных понятиях и категориях стилистики и видах редакторского анализа текста и дать описание стилистической системы русского литературного языка; - ознакомить студентов со стилистическими возможностями лексики, морфологии, словообразования и синтаксиса; - выработать навыки лингвистического анализа, продуцирования и редактирования текстов разных стилей; - обучить способам трансформации несловесного материала (изображений и цифровых данных: схем, графиков, таблиц и т. п.) в словесный, а также различным возможностям перехода от одного типа словесного материала к другому

	(например, от плана к связному тексту). научить основным приемам редактирования текста, анализу стилистических ошибок, их исправлению.
Содержание дисциплины:	Стилистические ресурсы русского языка. Функциональная стилистика. Литературное редактирование
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.О.06.10 Менеджмент	
Цель:	- приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области менеджмента, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения в их профессиональной деятельности.
Задачи:	- определить характеристики основных элементов системы управления организацией; - определить место и роль менеджмента в организации, необходимые качества и содержание работы менеджера; - проанализировать мировой опыт функционирования и развития менеджмента; - выявить многофакторное воздействие внешнего окружения на определение целей и стратегии организации в ее взаимодействии с этим окружением; - показать проявления действия межличностных и групповых процессов, протекающих в организации и определяющих характер организационной культуры.
Содержание дисциплины:	Теоретико-методологические основы менеджмента. Методы и функции менеджмента. Технологии менеджмента в организации. Менеджмент персонала.
Форма контроля:	экзамен, зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	12 з.е.
Б1.О.06.11 Маркетинг	
Цель:	- дать студентам такой объем знаний и практических навыков, который позволит им осознать концепцию маркетинга как комплексную систему организации производства, распределения и продвижения товаров. Программа курса должна обеспечить получение знаний об основах маркетинга и специфике его реализации в различных сферах деятельности.
Задачи:	- изучение: теоретических основ управления маркетингом, основных форм и методов его управления; освоение практики выполнения общих и конкретных функций управления маркетингом; сущности и особенностей принятия и реализации маркетинговых решений. Необходимо дать представление о финансовых аспектах маркетинговой деятельности фирмы; познакомиться с товарной, ценовой, коммуникационной деятельностью фирмы.
Содержание дисциплины:	Понятие, сущность, концепции и виды маркетинга. Управление маркетингом. Маркетинговые исследования рынка. Информационное обеспечение маркетинга на базе мировых информационных ресурсов. Товар и товарная политика фирмы. Ценообразование в маркетинге. Сбытовая политика фирмы. Маркетинговые коммуникации. Стратегический маркетинг.
Форма контроля:	зачет с оценкой, экзамен
Общая трудоемкость:	10 з.е.
Б1.О.06.12 Основы брендинга	
Цель:	- формирование у студентов научных представлений о бренде и процесса его создания – брендинге, формирование практических навыков формирования программы брендинга.
Задачи:	- проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок, формированию лояльности к бренду, - планировать, осуществлять и оценивать деятельность по построению бренда и ребрендингу, подготовке коммуникационных кампаний и мероприятий, - анализировать, планировать и выполнять профессиональные функции в области рекламы, оценивать эффективность бренд-активности.
Содержание дисциплины:	Понятие бренда и брендинга. Основные компоненты бренда и технологии их создания.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.

Б1.О.06.13 Теория и практика создания рекламного текста	
Цель:	-подготовка специалиста, знакомого с теорией копирайтинга и владеющего первичными практическими навыками работы с текстами коммерческих коммуникаций, а именно навыков сбора информации, разработки темы, написания различных видов рекламных текстов и текстов внутреннего сопровождения рекламной кампании. - выработка у обучаемых профессионального взгляда на современную рекламу и деятельность по связям с общественностью, который поможет им создавать профессиональные тексты, оценивать их эффективность.
	- познакомить с основными формами и типами рекламных текстов, законами их составления; - сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании; - показать, каким образом рекламный и PR - тексты как форма социальной коммуникации становятся формирующим фактором социальной и общественной жизни; - сформировать у обучаемых систему ориентирующих знаний в области разработки и технологии производства контента; сформировать навыки, необходимые для создания рекламного и PR - текстов.
Содержание дисциплины:	Копирайтинг как вид профессиональной деятельности. Содержание рекламного текста. Изобразительно-выразительные средства языка в рекламе. Жанры рекламных сообщений. Нейминг. Графическое исполнение рекламного текста. Заголовок – основной элемент рекламного текста. Типы заголовков.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.О.06.14 Рекламное право в российском законодательстве	
Цель:	- формирование у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в процессе изучения и применения законодательства, регулирующего рекламную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной деятельности, основных договоров, применяемых в рекламе и юридическую ответственность участников рекламного процесса за правонарушения.
Задачи:	- пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства; оперировать юридическими понятиями и категориями; - вскрывать и устанавливать факты правонарушений на рекламном рынке
Содержание дисциплины:	Раздел I. Общие положения рекламной деятельности. Раздел II. Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в России. Раздел III. Требования к рекламной деятельности. Раздел IV. Требование к отдельным способам рекламирования. Раздел V. Требования к рекламе отдельных видов товаров. Раздел VI. Государственное регулирование и саморегулирование в сфере рекламы. Раздел Зарубежный опыт правового регулирования рекламы.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.В.01.01 Современная пресс-служба	
Цель:	- заложить теоретическую базу для определения понимания работы пресс-службы в организационном, коммуникативном и технологическом аспектах.
Задачи:	- определить основные направления деятельности пресс-службы и выявить их функциональную роль; - научить студентов самостоятельно, с помощью анализа обнаруживать и формулировать коммуникационные проблемы базисного субъекта PR (той организации, в структуре которой существует пресс-служба); - дать практические навыки по основным направлениям деятельности пресс-службы в различных сферах общественных отношений – в политике, бизнесе, государственном управлении, образовании и т.д.

Содержание дисциплины:	Пресс-служба в системе связей с общественностью. Стратегические цели пресс-службы. Основные направления деятельности пресс-службы. Общая характеристика деятельности пресс-служб. СМИ как основная целевая аудитория деятельности пресс-службы. Пресс-служба как организатор и аналитик взаимодействия организации с различными внешними и внутренними целевыми аудиториями.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.В.01.02 Креативные техники в PR и рекламе	
Цель:	- формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.
Задачи:	- формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, - развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.
Содержание дисциплины:	Предмет и ключевые понятия курса. Креативность как творческий процесс. Профессиональное мастерство специалиста по рекламе. Сущность рекламного творчества. Художественно-творческое мышление как профессиональное мышление рекламиста. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта. Технология разработки креативного брифа. Разработка креативной концепции на основе брифа. Методика «Экспресс-креатив» как творческая методика обучения креативному мышлению специалистов по рекламе.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.В.01.03 Бизнес-коммуникации в сфере PR	
Цель:	- формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.
Задачи:	- формирование у студентов теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, - развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а так же его художественного воплощения.
Содержание дисциплины:	Предмет и ключевые понятия курса. Креативность как творческий процесс. Профессиональное мастерство специалиста по рекламе. Сущность рекламного творчества. Художественно-творческое мышление как профессиональное мышление рекламиста. Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта. Технология разработки креативного брифа. Разработка креативной концепции на основе брифа. Методика «Экспресс-креатив» как творческая методика обучения креативному мышлению специалистов по рекламе.
Форма контроля:	Зачет с оценкой, экзамен
Общая трудоемкость:	6 з.е.
Б1.В.01.04 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	
Цель:	- изучить основные направления работы отделов рекламы и связей с общественностью, виды деятельности, варианты структур, термины; - овладеть знанием структуры рынка маркетинговых коммуникаций и типов подрядчиков; - изучить основные принципы составления плана проведения и организации рекламной кампании, а также пиар-мероприятий; - получить знания обо всех коммуникационных дисциплинах, которые необходимы для работы сотрудника отдела рекламы и связей с общественностью.

Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать у студентов представление о функциях, задачах, принципах работы, статусе и структуре отделов по рекламе и связям с общественностью; - ознакомить студентов с принципами планирования и программирования, а также организации работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - научить студентов методам организации работы агентств по РиСО; - освоение студентами приемы по реализации основных видов деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью применительно к той или иной сфере деятельности организации.
Содержание дисциплины:	Отделы рекламы и связей с общественностью в разных типах компаний. Основные направления работы отдела рекламы и связей с общественностью. Структура рынка коммуникационных услуг в России. Принципы взаимодействия с подрядчиками разного типа. Основы планирования рекламной кампании. Виды промо-мероприятий и принципы их организации. Типы каналов коммуникаций и особенности их использования. Профессиональные навыки сотрудника отдела рекламы и связей со СМИ. Основные тенденции развития маркетинговых коммуникаций.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	5 з.е.
Б1.В.01.05 Визуальные технологии в рекламе и PR	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - познакомить студентов с основными понятиями, принципами, формами деятельности радио- и тележурналиста; - обеспечение студентов фундаментальными знаниями и современными представлениями о теории и практике радио- и тележурналистики, а также приобретение ими практических навыков по подготовке материалов в эфир.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать представление о специфике радио- и тележурналистики в системе средств массовых коммуникаций; - познакомить с системой жанров телевизионной и радиожурналистики; - научить элементарным умениям подготовки и редактирования журналистских материалов для РВ и ТВ; - познакомить с основами профессиональной деятельности теле- и радио-журналиста; - подготовить к созданию и выпуску радиийной и телевизионной программ.
Содержание дисциплины:	Место РВ и ТВ в системе СМИ. Работа радио- и тележурналиста: основные методики. Жанры и формы теле- и радиожурналистики. Выразительные средства теле- и радиожурналистики. Репортаж на РВ и ТВ. Радио- и телеаудитория и её изучение.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.В.01.06 Планирование и проведение рекламной кампании	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать целостное, законченное представление о сущности и содержании комплексной рекламной кампании, её задачах и функциях, о характере и особенностях осуществления рекламных кампаний и мероприятий, о формах и методах реализации товаров, формировании спроса, системы стимулирования, особенностях оптовой и розничной торговли, управления маркетингом на основе активного применения новейших PR-технологий, использования преимуществ комплексной рекламной кампании в процессе воздействия на целевую аудиторию. - изучение основных этапов планирования и проведения рекламных кампаний.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - формирование у обучающихся научного представления о сущности и содержании комплексной рекламной кампании; - раскрытие основных особенностей и главных этапов разработки комплексной рекламной кампании; - ознакомление с практикой разработки и проведения комплексной рекламной кампании; - выработка навыков анализа и оценки эффективности комплексной рекламной кампании.
Содержание дисциплины:	Сущность, содержание и виды комплексной рекламной кампании. Цель, задачи и функции комплексной рекламной и PR-кампании. Основные этапы разработки рекламной кампании. Принципы комплексной рекламной и кампании и условия их эффективной реализации. Методы и средства комплексной рекламной и PR-кампании. Стратегии и алгоритмы построения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью. Особенности проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью в различных сферах. Оценка эффективности проведённой комплексной рекламной и PR-кампании
Форма контроля:	экзамен

Общая трудоемкость:	5 з.е.
Б1.В.01.07 Технологии создания рекламного продукта	
Цель:	- формирование у обучающихся комплексных знаний о важнейшем компоненте рекламной деятельности – создании рекламного продукта.
Задачи:	- ознакомить обучающихся с ролью и функциями дизайнеров, криэйтеров, копирайтеров в рекламных агентствах и рекламных службах предприятий и организаций; - сформировать представления об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта в целом и, его наиболее важных составных частях и видах;
	- способствовать изучению основных подходов к творческому производству и технологии разработки рекламного продукта, в том числе в печатных и электронных средствах массовой информации; - вооружить студентов методиками тестирования и экспертной оценки рекламного продукта для определения его эффективности и соответствия правовыми и этическими нормами.
Содержание дисциплины:	Предмет и учебные задачи курса «Технологии создания рекламного продукта». Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного продукта. Психология восприятия рекламного продукта. Семиотика рекламы. Творческий процесс в рекламе: основные условия и компоненты. Особенности создания социальной рекламы. Составление рекламных текстов. Копирайтинг. Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе. Творческое производство и технологии создания рекламного продукта.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.В.01.08 Презентация рекламного проекта	
Цель:	формирование у обучающихся системы знаний о презентации рекламных проектов, навыков подготовки пакета проектных документов, необходимых для успешного выполнения профессиональных обязанностей PR- технологии бизнеса.
Задачи:	- рассмотреть основные технологии создания презентаций рекламных проектов, их типологию; -сформировать представление о видах и типах презентаций рекламного проекта, рассмотреть их особенности; - изучить способы презентаций рекламного проекта PR- технологии в бизнесе.
Содержание дисциплины:	Понятие о проектировании в рекламе. Инициация проекта. Структуризация и планирование проекта. Фандрайзинг и бюджет проекта. Презентация как средство демонстрации жизнеспособности проекта. Оценка проектной деятельности. Online способы продвижения проекта. Offline способы продвижения проекта.
Форма контроля:	контрольная работа
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б1.В.02 Элективные курсы по физической культуре и спорту	
Цель:	Целью физического воспитания студентов является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.
Задачи:	Задачи элективного курса дисциплины «ФК и С»: - овладение системой практических умений и навыков в процессе занятий выбранным направлением спортивно-оздоровительной подготовки; - повышение общей работоспособности; - сохранение и укрепление здоровья; - обеспечение необходимого объема двигательной активности; - стремление к достижению физического совершенства.
Содержание дисциплины:	1. Практический раздел. 2. Методико-практический раздел. 3. Контрольный раздел.
Форма контроля:	зачет, зачет, зачет, зачет
Общая трудоемкость:	328 часов
Б1.В.ДВ.01.01 Реклама и PR в некоммерческих структурах	
Цель:	формирование у обучающихся базовых знаний теории и практики рекламной коммуникации и связей с общественностью в некоммерческих структурах.

Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> – сформировать общее представление о месте рекламы и связей с общественностью в сфере рекламных коммуникаций некоммерческих структурах; – выявить специфику рекламы и связей с общественностью как средств воздействия на аудиторию в этой сфере; – показать особенности рекламной коммуникации и связей с общественностью на конкретном материале некоммерческих структурах; – познакомить со спецификой творчества дизайнера-графика, как разработчика
	<p>печатной рекламы в социальной и некоммерческой сфере;</p> <ul style="list-style-type: none"> – познакомить с современными технологическими особенностями изготовления печатной рекламной продукции в социальной и некоммерческой сфере; – способствовать развитию ассоциативного мышления как важной составляющей квалифицированного специалиста по рекламе и связей с общественностью; – развить и закрепить навыки работы над разработкой печатной рекламы как самостоятельным рекламным продуктом, необходимым в практикерекламной деятельности.
Содержание дисциплины:	Цели, и задачи дисциплины. Некоммерческие организации (НКО) и их классификация. Особенности рекламы в НКО. Законодательные основы НКО. Рекламные методы формирования имиджа некоммерческих организаций. Проведение рекламных кампаний некоммерческих организаций на примере рекламной кампании политической партии, общественной организации, образовательного учреждения, экологической организации. Анализ рекламных материалов общественных политических организаций. Социальная реклама и сферы ее применения. Особенности создания социальной рекламы. PR-технологии в привлечении инвестиций. Мониторинг организаций, имеющих благотворительные программы. Анализ результатов деятельности по связям с общественностью в НКО.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.В.ДВ.01.02 Интеллектуальные информационные технологии	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - обеспечить формирование у студентов информационно-коммуникационной компетентности и алгоритмического стиля мышления. - обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками использования телекоммуникационных и компьютерных технологий в связях с общественностью.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - изучить Приложения Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft Power Point, Microsoft Access) как средства создания документов по связям с общественностью, необходимых для организации специальных мероприятий, создания, ведения, анализа и обработки баз данных; - изучить основные формы использования информационных технологий в рекламной деятельности; - развить умения целенаправленно использовать различные информационные технологии для создания конкретного рекламного продукта; - выработать умение взаимодействовать с разработчиком гипермедиа ресурса; - познакомить с методами разработки и построения гипермедиа ресурсов.
Содержание дисциплины:	Инфраструктура телекоммуникационной сферы и особенности рынка телекоммуникационных услуг. Законодательное и правовое регулирование телекоммуникационной сферы: мировой и российский опыт. Психологические аспекты телекоммуникационной сферы. Аудитория сети Интернет в России и других странах мира. Теория и практика применения сети Интернет в качестве инструмента PR-специалиста. PR-деятельность в сфере телекоммуникаций. Современные компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.В.ДВ.02.01 Нарративные стратегии в рекламе и PR	
Цель:	- формирование представлений о возможностях и технологиях нарратива в профессиональной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать представления о содержании, видах и функциях нарративных стратегий в текстах массовой культуры, рекламы и PR; - познакомить с понятиями «культуры» как сложной иерархии текстов и «массовой культуры»; - сформировать представления о нарративе как художественной реконструкции реальных событий, о мифологическом нарративе, как основе текстов массовой культуры; - познакомить с видами нарративных стратегий в массовой культуре, рекламе и PR;
	-выработать навыки производства нарративов (сюжетных текстов) и анализа сюжетов в сфере массовой культуры, рекламы и PR.
Содержание дисциплины:	Основные понятия нарратологии. Методы исследования нарративных стратегий. Нарративные стратегии в рекламном дискурсе и городском пространстве. Нарративные стратегии в связях с общественностью и масс медиа. Нарративные стратегии в рекламе и PR.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.В.ДВ.02.02 Современный контент в медиасфере	
Цель:	- формирование представлений обучающихся об особенностях современного контента в медиасфере.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать навыки овладения алгоритмов подготовки различных типов медиаконтента; - научить анализировать и создавать различные типы контента в системе медиа-, социальных и бизнес-коммуникаций; - показать технологии использования механизмов убеждения, стратегии и тактики воздействия для подготовки медиаконтента.
Содержание дисциплины:	Общая характеристика современного контента в медиасфере. Типы современного контента в медиасфере. Контекст современного контента в медиасфере. Типология современного контента в медиасфере. Особенности подготовки современного контента в медиасфере. Алгоритмы создания контента в медиасфере. Приемы выразительности и средства воздействия в подготовке контента в медиасфере.
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.В.ДВ.03.01 Оценка эффективности маркетинговых программ	
Цель:	формирование профессиональных компетенций в процессе освоения теоретических знаний и приобретения практических навыков в оценке, классификации и систематизации деятельности рекламных и экспертных компаний; анализе и исследовании эффективности рекламных продуктов и рекламных медианосителей.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - сформировать навыки овладения алгоритмов подготовки различных типов медиаконтента; - научить анализировать и создавать различные типы контента в системе медиа-, социальных и бизнес-коммуникаций; - показать технологии использования механизмов убеждения, стратегии и тактики воздействия для подготовки медиаконтента.
Содержание дисциплины:	Эффективность рекламно-маркетинговых кампаний. Практика повышения эффективности рекламы и PR.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.В.ДВ.03.02 Технологии создания видео-рекламы	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - обучить основным визуальным средствам рекламы и PR и психологии их восприятия; - формирование у обучающихся практических навыков использования визуальных технологий в рекламной деятельности.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - представить основные принципы разработки визуальной концепции медиапроекта; - научить ориентироваться в современных тенденциях дизайна и инфографики в СМ - сформировать навыки работы с композицией, цветом, типографикой; изучить принципы html-разметку и ее основные теги, CSS (каскадные таблицы стилей);
Содержание дисциплины:	Понятие о визуальной культуре. Инфографика как система креализованного текста. Визуальные технологии в фото-контенте. Визуальные технологии в видео-контенте
Форма контроля:	зачет с оценкой

Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б1.В.ДВ.04.01 Имиджевые технологии в рекламе	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - формирование системы знаний и навыков, необходимых для применения имидж-технологий в профессиональной деятельности специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью. - изучение особенностей создания и управления имиджем предприятия, организации, фирмы.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - способствовать формированию у студентов широких представлений об истории имиджа, видах имиджа, его специфике в различных сферах деятельности; - познакомить с эффективными технологиями построения имиджа; - раскрыть теоретические основы и базовые концепции управления имиджем фирмы; - выявить особенности формирования внутреннего и внешнего имиджа в рамках организации.
Содержание дисциплины:	<p>Имиджелогия как научно-практическая дисциплина Имидж организации и его основные элементы в различных контекстах Пути построения корпоративного имиджа организации Корпоративная культура: компоненты и механизмы формирования Защита деловой репутации и корпоративного имиджа</p>
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
Б1.В.ДВ.04.02 Интерактивные коммуникации в цифровой среде	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - знакомство обучающихся с идеологией и технологией работы в области компьютерного дизайна; - овладение практическими навыками использования графических редакторов и ресурсов среды web 2.0 в профессиональной деятельности;
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - развитие как творческого, так и логического мышления у обучающихся; - приобретение знаний и навыков при разработке современных web-сайтов, а так же мультимедийных продуктов web-среды; - знакомство с функциональными возможностями ряда профессиональных программных продуктов для разработки web-сайтов, а также различными графическими и мультимедийными стандартами; - знакомство с основами процесса организации online-обучения и технологии построения web-сайтов.
Содержание дисциплины:	<p>Основы языка HTML. Основные элементы HTML версии 4. Заголовок страницы. Стандартные атрибуты. Атрибуты событий. Вставка комментариев в Web-документы. Таблицы стилей. Классы. Универсальные классы: атрибут id. HTML-редакторы с графическим пользовательским интерфейсом (GUI).</p>
Форма контроля:	экзамен
Общая трудоемкость:	4 з.е.
ФТД.01 Духовный код русской культуры	
Цель:	формирование готовности к нравственному самосовершенствованию, духовному саморазвитию, ознакомлению с основными нормами светской и религиозной морали, пониманию их значения в выстраивании конструктивных отношений в семье и обществе.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - воспитание понимания значения нравственности и духовности в жизни человека и общества; - воспитание нравственности, основанной на свободе совести и вероисповедания, духовных традициях народов России; - сознание ценности человеческой жизни; - сохранение и приумножение духовно-нравственного и культурно-исторического наследия России, приобщение к традиционным православным ценностям.
Содержание дисциплины:	<p>Русский духовный код с философской, географической и литературной точек зрения. Теоретико-методологические основы исследования духовной целостности русской культуры и ее смысловой репрезентации в художественно й словесности. Русские ценности как основа русской культуры.</p>
Форма контроля:	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
ФТД. 01 Культурное наследие Калужского края	
Цель:	приобретение студентами знаний по географии, истории и культуре Калужского края и практике решения современных задач региона, овладение фактическим материалом и усвоение закономерностей общественного развития.
Задачи:	- знакомство с особенностями и достижениями историко-культурного развития

	Калужского края; - умение использовать исторический опыт при анализе современных социальных процессов.
Содержание дисциплины:	География Калужского края. История культуры Калужского края. Литературное наследие Калужского края.
Форма контроля:	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
ФТД. 02 Коммуникации в современном мире	
Цель:	1) помочь студентам овладеть культурой речевого общения в жизненно актуальных сферах деятельности, прежде всего - в речевых ситуациях, связанных с будущей профессией; 2) повысить общую культуру студентов, уровень гуманитарной образованности и гуманитарного мышления; 3) развить социально - коммуникативные способности; 4) сформировать психологическую готовность эффективно взаимодействовать с партнером по общению, стремление найти свой стиль и приемы общения, познакомиться с социальными нормами и образцами межкультурного общения; 5) выработать собственную систему речевого самосовершенствования; способствовать формированию открытой для общения коммуникативной личности, имеющей высокий рейтинг в системе социальных ценностей в различных культурах.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> • раскрыть основы этики деловых отношений; • обучить методам предотвращения конфликтных ситуаций; • ознакомить с деловым этикетом и атрибутами делового общения; • сформировать личностно-нравственный облик бакалавра; • формирование необходимых языковых знаний в области коммуникативной компетенции студента; • практическое овладение коммуникативными навыками: искусно вести деловой разговор, переговоры, совещания, убеждать, не позволять собеседнику манипулировать собой, успешно выступать перед аудиторией, преодолевать барьеры в общении.
Содержание дисциплины:	Межкультурная коммуникация. Коммуникативная этика. Современные технологии деловой коммуникации.
Форма контроля:	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
ФТД. 02 Языковая картина мира	
Цель:	ознакомление студентов с ролью человеческого фактора в языке, формирование представления о концептуальной и языковой картине мира, выработка правильного научного подхода к языку.
Задачи:	1. Рассмотреть язык с антропологической точки зрения, т. е. в тесной связи с человеком, его сознанием, мышлением, духовно-практической деятельностью. 2. Определить, как человек влияет на язык и как язык влияет на человека, его мышление и культуру. 3. Изучить и сопоставить различные видения языка через призмы разных картин мира. 4. Формирование уважительного и толерантного отношения к фактам языковой культуры. 5. Более глубокое осознание родного языка через контекст других языков. 6. Анализ национальных концептов и рассмотрение национально-культурной специфики различных языковых картин мира.
Содержание дисциплины:	Языки современной политики. Языки современной художественной литературы. Диалог культур.
Форма контроля:	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
ФТД. 03 Социология общественной жизни	
Цель:	формирование эмпирико-аналитического знания о социальных явлениях, характеризующих преимущественно молодежную среду, основанного на методах эмпирических поколенческих исследований и интерпретации их материалов и результатов.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> • углубленное знакомство с основными концепциями и теориями: социализации, асоциализации, де- и ресоциализации; основных истоков и форм депривации, эксклюзии и инклюзии (прежде всего на примере diploma exclusion – эксклюзии в сфере образования – и современных программ и технологий ее преодоления); • раскрытие многообразия и связей социологических и психологических подходов к указанным теориям;

	<ul style="list-style-type: none"> • усвоение студентами аппарата основных категорий прикладной социологии; • привитие навыков обращения с первичными материалами прикладных социологических исследований (включая самостоятельную обработку ограниченных массивов данных), необходимых в профессиональной деятельности специалистов гуманитарного профиля.
Содержание дисциплины:	Социализация личности в обществе. Инклюзия в современном обществе.
Форма контроля:	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
ФТД. 03 Политические проекты XX–XXI вв.	
Цель:	приобретение студентами прочных знаний по политической истории современности, овладение фактическим материалом и усвоение закономерностей общественного развития.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - изучение основных политических идеологий и концепций (либерализма, консерватизма, социализма, фашизма и др.) и их проявление в политической практике государств XX-XXI вв.; - знакомство с основными концепциями исторического развития общества; - умение использовать их применительно к анализу современных социально-политических процессов.
Содержание дисциплины:	Мир в начале XX века: мировая война и политические революции. Итальянский фашизм. «Новый курс» Рузвельта в США. Национал - социализм в Германии. Сталинизм в СССР. Маоизм и «культурная революция» в Китае. Либерализм и неолиберализм. Консерватизм и неоконсерватизм. Коммунизм и социал - демократия. Холодная война. Глобализация и ассимиляция. Формирование единой Европы. Исламский фундаментализм. «Цветные революции». «Многополярный мир» и антиглобализм. Поиск ответов на новые вызовы.
Форма контроля:	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
ФТД. 04 Основы военной подготовки	
Цель:	получение знаний, умений и навыков, необходимых для становления обучающихся как граждан способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством Российской Федерации.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - формирование у обучающихся высокого общественного сознания и воинского долга, воспитание дисциплинированности, высоких морально-психологических качеств личности гражданина – патриота; - формирование у обучающихся понимания главных положений военной доктрины Российской Федерации, а также основ военного строительства и структуры Вооруженных Сил Российской Федерации (ВС РФ); - освоение базовых знаний и формирование ключевых навыков военного дела, раскрытие специфики деятельности различных категорий военнослужащих ВС РФ, ознакомление с нормативными документами в области обеспечения обороны государства и прохождения военной службы; - формирование строевой подтянутости, уважительного отношения к воинским ритуалам и традициям, военной форме одежды, изучение и принятие правил воинской вежливости, овладение знаниями уставных норм и правил поведения военнослужащих.
Содержание дисциплины:	Военно-политическая подготовка. Правовая подготовка. Общевоинские Уставы Вооруженных Сил Российской Федерации. Строевая подготовка. Основы тактики общевойсковых подразделений. Военная топография. Огневая подготовка из стрелкового оружия.
Форма контроля:	зачет
Общая трудоемкость:	2 з.е.
Б2.О.01 (У) Учебная практика (профессионально-ознакомительная)	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR; - овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе; - изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации; - изучение организации работы служб, отделов и агентств, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.

Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомиться с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении); - ознакомиться с основными направлениями рекламной и PR - деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью; - изучить основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения; - изучить структуру и направления работы рекламных и PR - агентств и отделов; - оказывать помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе; - самостоятельно выполнять некоторые виды рекламной и PR- деятельности; - уметь работать индивидуально и в качестве члена команды.
Содержание дисциплины:	<p>Содержание учебной практики направлено на формирование у студентов адекватного представления об их будущей профессии и овладение элементарными навыками работы по специальности.</p> <p>Учебная практика в профильных организациях направлена на:</p> <ul style="list-style-type: none"> - первоначальное знакомство с профессией; - знакомство с организацией, осуществляющей рекламную деятельность; - практическое закрепление теоретических знаний, полученных в процессе обучения; - овладение первичными навыками работы по направлению подготовки; - овладение навыками оформления необходимой в работе документации; - составление отчета о практике; - защиту отчета по практике. <p>Учебная практика включает следующие этапы: организационный (общий инструктаж и распределение студентов по базам практик), основной (выполнение практикантами производственного задания), заключительный (самостоятельный анализ итогов и составление отчета).</p>
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	3 з.е.
Б2.О.02 (II) Производственная практика (профессионально-творческая)	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR; - овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе; - изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации; - изучение организации работы служб, отделов и агентств, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомиться с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении); - ознакомиться с основными направлениями рекламной и PR- деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью; - изучить основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения; - изучить структуру и направления работы рекламных и PR- агентств, и отделов; - оказывать помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе; - самостоятельно выполнять некоторые виды рекламной и PR- деятельности; - уметь работать индивидуально и в качестве члена команды; - спланировать и реализовать рекламную, btl или PR-кампанию.
Содержание дисциплины:	<p>Производственная практика включает следующие этапы:</p> <p>1.Организационный:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> -установочная конференция о задачах производственной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности; - организационная работа по распределению студентов по базам практики; - выдача студентам форм рабочих и отчетных документов; - встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение индивидуальных заданий практикантов. <p>2.Основной:</p> <ul style="list-style-type: none"> -ознакомление с организационной и производственной структурой предприятия/организации; - изучение структуры взаимодействия отдела рекламы организации с подразделениями организации (административные, функциональные связи) \ Изучение структуры взаимодействия отдела по СО с подразделениями организации (административные, функциональные связи); - ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими рекламную и PR- деятельность организации (учреждения); - изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией; - составить обзор рекламной и PR- деятельности организации (учреждения), функций и задач, которые ставятся перед рекламным и/или PR-отделом; - принять участие в разработке рекламной, PR, BTL-кампании; - принять участие в разработке рекламного или PR-продукта; -выполнение иного задания. <p>3. Заключительный:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Самостоятельный анализ итогов работы в ходе учебной практики, написание и оформление отчетных материалов; - Оформление отчета по практике и его представление руководителю; - Защита итогового отчета по практике.
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	7 з.е.
Б2.О.03 (П) Производственная практика (профессионально-творческая)	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - закрепление теоретических знаний в области рекламы и PR; - овладение практическими навыками работы специалиста по связям с общественностью и рекламе; - изучение и анализ особенностей информационно-коммуникативной деятельности в конкретной организации; - изучение организации работы служб, отделов и агентств, занимающихся рекламной деятельностью, проведение сбора, обобщения и анализа материалов, необходимых для написания отчета о прохождении практики.
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - ознакомиться с общими принципами профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью в организации (учреждении); - ознакомиться с основными направлениями рекламной и PR- деятельности организаций, функционалом специалистов по рекламе и связям с общественностью; - изучить основные нормативные документы, фиксирующие принципы и стандарты профессионального поведения; - изучить структуру и направления работы рекламных и PR- агентств, и отделов; - оказывать помощь рекламным и PR-менеджерам в их работе; - самостоятельно выполнять некоторые виды рекламной и PR- деятельности; - уметь работать индивидуально и в качестве члена команды; - спланировать и реализовать рекламную, btl или PR-кампанию.
Содержание дисциплины:	<p>Производственная практика включает следующие этапы:</p> <p>1.Организационный:</p> <ul style="list-style-type: none"> -установочная конференция о задачах производственной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности; - организационная работа по распределению студентов по базам практики; - выдача студентам форм рабочих и отчетных документов; - встреча студентов с руководителями практики, обсуждение и утверждение индивидуальных заданий практикантов. <p>2.Основной:</p> <ul style="list-style-type: none"> -ознакомление с организационной и производственной структурой

	<p>предприятия/организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение структуры взаимодействия отдела рекламы организации с подразделениями организации (административные, функциональные связи) \ Изучение структуры взаимодействия отдела по СО с подразделениями организации (административные, функциональные связи); - ознакомиться с действующими инструкциями и положениями, регламентирующими рекламную и PR- деятельность организации (учреждения); - изучить основные продукты и (или) услуги, выпускаемые (предоставляемые) данной организацией; - составить обзор рекламной и PR- деятельности организации (учреждения), функций и задач, которые ставятся перед рекламным и/или PR-отделом; - принять участие в разработке рекламной, PR, BTL-кампании; - принять участие в разработке рекламного или PR-продукта; <p>-выполнение иного задания.</p> <p>3. Заключительный:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Самостоятельный анализ итогов работы в ходе учебной практики, написание и оформление отчетных материалов; - Оформление отчета по практике и его представление руководителю; - Защита итогового отчета по практике.
Форма контроля:	Зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	15 з.е.
Б2.О.04 (II) Производственная практика (преддипломная)	
Цель:	<ul style="list-style-type: none"> - применение теоретических знаний, полученных в период обучения в университете, практических навыков, приобретенных за время прохождения предыдущих учебной и производственной практик; - изучение, сбор, обработку и систематизацию материалов для написания выпускной квалификационной работы (далее – ВКР).
Задачи:	<ul style="list-style-type: none"> - овладение знаниями и навыками работы в пресс -центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; - приобретение способности осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - приобретение опыта работы с клиентами, ведения деловых переговоров и подготовки рекламных и информационных материалов, практики спичрайтинга, мониторинга СМИ, организации проведения специальных мероприятий (пресс-конференций, брифингов, презентаций и т. д.); - участие в планировании работы отдела (службы) по связям с общественностью, - разработка имиджевых документов , участие в брендинге (управлении торговой маркой), продвижении товаров и услуг, подготовке и рассылке пресс-релизов; - овладение способностью под контролем планировать и осуществлять коммуникационные, рекламные, имиджевые кампании и мероприятия; - овладение способностью осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью; - формирование навыков создания текстов и документов , используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; - формирование базовых навыков оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью; - овладение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.
Содержание дисциплины:	<p>Производственная практика включает следующие этапы:</p> <p>1.Организационный этап:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Установочная конференция о задачах преддипломной практики: общий инструктаж, инструктаж по использованию форм рабочих и отчетных документов, инструктаж по технике безопасности; - Разработка плана преддипломной практики -Разработка индивидуального задания <p>2. Основной этап (Выполнение практиканта ми производств енного задания, сбор,</p>

	<p>обработка и анализ полученной информации): Выполнение производственных заданий:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Аудит коммуникационной, информационной медиа организации. 2. Анализ формирования коммуникационной, информационной или медиа политики организации; 3. Анализ структуры подразделения, управляющего коммуникациями, и выявление особенностей управления им; 4. Аудит коммуникационной, информационной или медиа политики основных конкурентов; 5. Анализ эффективности коммуникационной, информационной или медиа деятельности организации; 6. Сбор эмпирического материала для подготовки выпускной квалификационной работы. <p>3. Заключительный этап: Самостоятельный анализ итогов работы в ходе производственной практики, написание и оформление отчетных материалов. Апробация (при возможности) предлагаемых направлений совершенствования в профильной организации. Итоговый отчет по практике: а) аналитические и творческие материалы; б) отзыв руководителя практики от организации.</p>
Форма контроля:	зачет с оценкой
Общая трудоемкость:	6 з.е.