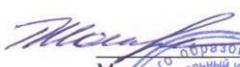


Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СЕВЕРО-ВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ М.К. АММОСОВА»  
Филологический факультет  
Кафедра рекламы и связей с общественностью

Нормоконтроль проведен  
« 22 » июля 2019 г.  
Председатель УМК ФЛФ

 / Печетова Н.Ю.

Утверждаю  
Декан ФЛФ

 / Жондорова Г.Е.



### АННОТАЦИИ РАБОЧИХ ПРОГРАММ ДИСЦИПЛИН

для программы бакалавриата  
по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Профиль: Реклама и связи с общественностью. Сетевая программа  
(совместно с САФУ)

Форма обучения: очная

Составитель (и): Корнилова В.В., к.п.н., доцент, зав.кафедрой РиСО ФЛФ,  
[v.kornilova@mail.ru](mailto:v.kornilova@mail.ru)

Якутск 2019

## Опись аннотаций

Индекс дисциплины/ практики	Наименование дисциплины/ практики
<b>Б1.О</b>	<b>Обязательная часть</b>
Б1.О.01	Философия
Б1.О.02	История (история России, всеобщая история)
Б1.О.03	Иностранный язык
Б1.О.04	Безопасность жизнедеятельности
Б1.О.05	Физическая культура и спорт
Б1.О.06	Русский язык и культура речи
Б1.О.07	Основы права
Б1.О.08	Экономика
Б1.О.09	Социальная психология
Б1.О.10	Введение в сквозные цифровые технологии
Б1.О.11	Основы проектной деятельности
Б1.О.12	Основы учебной, научно-исследовательской деятельности
Б1.О.13	Введение в коммуникационные специальности
Б1.О.14	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации
Б1.О.15	Теория и практика рекламы
Б1.О.16	Теория и практика связей с общественностью
Б1.О.17	Теория и практика медиакоммуникаций
Б1.О.18	Теория и практика массовой информации
Б1.О.19	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
Б1.О.20	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламе
Б1.О.21	Профессиональная этика связей с общественностью и рекламы
Б1.О.22	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе
Б1.О.23	Социология рекламы и связей с общественностью
Б1.О.24	Психология рекламы и связей с общественностью
Б1.О.25	Организация и проведение коммуникационных кампаний
Б1.О.26	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
<b>Б1.В</b>	<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>
Б1.В.01	Культурология
Б1.В.02	Тайм-менеджмент
Б1.В.03	История рекламы и связей с общественностью
Б1.В.04	Маркетинг в рекламе и связях с общественностью
Б1.В.05	Организация рекламных и PR-агентств
Б1.В.06	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
Б1.В.07	Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве
Б1.В.08	Основы копирайтинга
Б1.В.09	Реклама и связи с общественностью в государственных структурах
Б1.В.10	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях
Б1.В.11	Язык и стиль рекламы
Б1.В.12	Медиапланирование
Б1.В.13	Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах
Б1.В.14	Организация коммуникационных мероприятий
Б1.В.15	Имиджелогия
Б1.В.16	Реклама и связи с общественностью в политике

Б1.В.17	Креативные технологии в рекламе
Б1.В.18	Креативные технологии в PR
Б1.В.19	Брендинг и фирменный стиль
Б1.В.20	Кризисные технологии
Б1.В.21	Реклама и связи с общественностью в бизнесе
<b>Б1.В.ДВ.01</b>	<b>Элективные дисциплины</b>
Б1.В.ДВ.01.01	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2
Б1.В.ДВ.02.01	Тренинг делового общения
Б1.В.ДВ.02.02	Основы делопроизводства
Б1.В.ДВ.02.03	Блоггинг
<b>Б1.В.ДВ.03</b>	<b>Элективные дисциплины</b>
Б1.В.ДВ.03.01	Современные международные отношения
Б1.В.ДВ.03.02	Семиотика рекламного текста
Б1.В.ДВ.03.03	ART-технологии в продвижении территории (сеть САФУ)
<b>Б1.В.ДВ.04</b>	<b>Элективные дисциплины</b>
Б1.В.ДВ.04.01	Основы разработки и технологии производства рекламного продукта
Б1.В.ДВ.04.02	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта
Б1.В.ДВ.04.03	Информационная политика в Арктическом регионе (сеть САФУ)
<b>Б1.В.ДВ.05</b>	<b>Элективные дисциплины</b>
Б1.В.ДВ.05.01	SMM-продвижение
Б1.В.ДВ.05.02	Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ)
Б1.В.ДВ.05.03	Основы стратегических коммуникаций
<b>Б1.В.ДВ.06</b>	<b>Элективные дисциплины</b>
Б1.В.ДВ.06.01	Сторителлинг
Б1.В.ДВ.06.02	Социальная реклама (сеть СВФУ)
Б1.В.ДВ.06.03	Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений
<b>Б1.В.ДВ.07</b>	<b>Элективные дисциплины</b>
Б1.В.ДВ.07.01	Деловой иностранный язык
Б1.В.ДВ.07.02	Риторика
Б1.В.ДВ.07.03	Язык делопроизводства
<b>Б2</b>	<b>Обязательная часть</b>
Б2.О.01(У)	Учебная профессионально- ознакомительная практика
Б2.О.02(П)	Производственная профессионально-творческая практика
Б2.О.03(П)	Производственная преддипломная практика

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.01 Философия**  
Трудоемкость 4 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: Формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования;

овладение базовыми принципами и приемами философского познания;

- введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности;

- выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами.

- изучение дисциплины направлено на развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации;

- умение логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения;

- овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

Краткое содержание дисциплины: Философия, ее предмет и место в культуре. Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии. Философская онтология. Теория познания. Философия и методология науки. Социальная философия и философия истории;

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК 1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК 1.2 Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи УК 1.3. При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои	Знать: - особенности системного и критического мышления; - методы постановки и решения задач; - правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике; уметь: - выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей; - оценивать	Экзаменационные билеты

		<p>выводы и точку зрения УК 1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p>соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности; - систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задач; - находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; - применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности; владеть: - методами поиска, критического анализа и синтеза информации; - методом системного подхода для решения поставленных задач; - навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата</p>	
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1 Понимает место России в мировой истории, интерпретирует общее и особенное в историческом развитии России УК-5.2 Осознает историчность и контекстуальность социальных</p>	<p>Знать: основные этапы и события отечественной и мировой истории в их взаимосвязи -этнические, культурные, религиозные и социально-политические особенности российского общества и современного мира;</p>	Экзаменационный билет

		<p>феноменов, явлений и процессов  УК-5.3 Имеет представление о социально значимых проблемах, явлениях и процессах  УК-5.4 Демонстрирует навык сознательного выбора ценностных ориентиров, формирует и отстаивает гражданскую позицию  УК-5.5 Проявляет разумное и уважительное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп  УК-5.6 Проявляет толерантное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп</p>	<p>-важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического и политического развития;  -основы толерантного взаимодействия в межкультурном общении;  -многообразие культурных форм, историческое наследие, культурные и религиозные традиции народов и социальных групп;  -основные понятия и термины в сфере профессиональной деятельности на государственном (якутском) языке РС(Я)  Уметь: определять общее и особенное в историческом развитии России и мировом историческом процессе;  -использовать исторические, общенаучные и философские знания в решении профессиональных задач;  -выявлять роль аксиологических оснований в культурном опыте индивида и социума;  -отстаивать гражданскую позицию при решении социальных и политических проблем  Владеть: навыками сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;  -навыками толерантного отношения к многообразию</p>	
--	--	---	---	--

			культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.01	Философия	3	Б1.О.02История Б1.В.01Культурология	Б3 Государственная итоговая аттестация

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.02 История (история России, всеобщая история)**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: выработка способности и готовности использовать при последующем обучении и в профессиональной деятельности знания важнейших этапов развития отечественной истории; знание закономерностей и тенденций исторического процесса; формирование у студентов комплексного представления о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации.

Краткое содержание дисциплины: Методологические основы изучения истории. Древняя история Руси. Средневековая Русь. Россия в новое время. Россия в XIX в. Россия в начале XX в. Советское государство. СССР в годы Великой Отечественной войны и послевоенное время. Современная Россия.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Понимает место России в мировой истории, интерпретирует общее и особенное в историческом развитии России УК-5.2 Осознает историчность и контекстуальность социальных феноменов, явлений и процессов УК-5.3 Имеет представление о социально значимых проблемах, явлениях и процессах УК-5.4 Демонстрирует навык сознательного выбора ценностных ориентиров, формирует и отстаивает гражданскую позицию	<b>Знать:</b> -основные этапы и события отечественной и мировой истории в их взаимосвязи -этнические, культурные, религиозные и социально-политические особенности российского общества и современного мира -важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического и политического развития -основы толерантного взаимодействия в	Устный опрос

		<p>УК-5.5 Проявляет разумное и уважительное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп</p> <p>УК-5.6 Проявляет толерантное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп</p>	<p>межкультурном общении</p> <p>-многообразие культурных форм, историческое наследие, культурные и религиозные традиции народов и социальных групп</p> <p>-основные понятия и термины в сфере профессиональной деятельности на государственном (якутском) языке РС(Я)</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>-определять общее и особенное в историческом развитии России и мировом историческом процессе</p> <p>-использовать исторические, общенаучные и философские знания в решении профессиональных задач</p> <p>-выявлять роль аксиологических оснований в культурном опыте индивида и социума</p> <p>-отстаивать гражданскую позицию при решении социальных и политических проблем</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-приемами поиска и анализа источников информации в социально-</p>	
--	--	---	--	--

			<p>историческом, этническом и философском дискурсах -навыками научного анализа социально значимых проблем и явлений -навыками сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции -навыками толерантного отношения к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп</p>	
--	--	--	--	--

### 13. Место дисциплины в структуре ОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.02	История	1	Знания, умения, навыки, приобретенные в среднем общеобразовательном учебном заведении	

### 14. язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.03 Иностранный язык**  
Трудоемкость 9 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

**Цель освоения:** Основными целями обучения иностранным языкам в неязыковом вузе является формирование/совершенствование иноязычных коммуникативных умений студентов для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

**Краткое содержание дисциплины:** Иностранный язык как средство развития коммуникативной компетентности и становления профессиональной компетентности. Специфика артикуляции звуков, интонации, акцентуации и ритма нейтральной речи в изучаемом языке; основные особенности полного стиля произношения, характерные для сферы профессиональной коммуникации; чтение транскрипции. Лексический минимум в объеме 4000 учебных лексических единиц общего и терминологического характера. Понятие дифференциации лексики по сферам применения (бытовая, терминологическая, общенаучная, официальная и др.). Понятие о свободных и устойчивых словосочетаниях, фразеологических единицах.

Понятие об основных способах словообразования. Грамматические навыки, обеспечивающие коммуникацию общего характера без искажения смысла при письменном и устном общении; основные грамматические явления, характерные для профессиональной речи. Понятие об обиходно – литературном, официально – деловом, научном стилях, стиле художественной литературы. Основные особенности научного стиля. Культура и традиции стран изучаемого языка. Правила речевого этикета. Говорение. Диалогическая и монологическая речь с использованием наиболее употребительных и относительно простых лексико-грамматических средств в основных коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения. Основы публичной речи (устное сообщение, доклад). Аудирование. Понимание диалогической и монологической речи в сфере бытовой и профессиональной коммуникации.

Чтение. Виды текстов: несложные прагматические тексты и тексты по широкому и узкому профилю специальности. Письмо. Виды речевых произведений: аннотация, реферат, тезисы, сообщение, частное письмо, деловое письмо, биография.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стили общения с учетом требований современного	Знать: -языковые средства общения (иностранный язык) в диапазоне общеевропейских уровней В1-В2 -основные понятия культуры речи, риторики,	Тест, устный опрос

	<p>Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)</p>	<p>этикета УК-4.2 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения; УК-4.3 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном РФ и иностранном языках в деловой, публичной сферах общения УК-4.4Выполняет перевод публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые) УК-4.5 Публично выступает на государственном языке РФ, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения УК-4.6 Осуществляет устную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) в разных сферах общения</p>	<p>функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ -основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации -технологию осуществления перевода как инструмента межкультурной деловой и профессиональной коммуникации Уметь: -использовать необходимые и вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) -вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) -выполнять полный и выборочный письменный перевод профессионально значимых текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского на иностранный(ые)</p>	
--	---	---	---	--

			<p>язык(и)  Владеть:  -навыками составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами  -навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)  -навыками перевода публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный(ые) язык(и)  -навыками публичного выступления на государственном языке РФ</p>	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.03	«Иностранный язык»	1-3	Иностранный язык на предыдущем уровне образования	-

### 1.4. Язык преподавания: английский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

**Цель освоения:** формирование у обучающихся целостного представления и комплексных знаний о понятии и сущности безопасности жизнедеятельности, общих принципах и основах организации и осуществления безопасных и комфортных условий деятельности человека.

**Краткое содержание дисциплины:** Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Управление безопасностью жизнедеятельности населения и территорий. Безопасность населения и территорий в ЧС. Национальная безопасность.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1 Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений) УК-8.2 Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности УК-8.3 Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте УК-8.4 предлагает мероприятия по обеспечению безопасных условий	<b>Знать:</b> -законодательную базу безопасности жизнедеятельности Российской Федерации; -таксономию опасности; - классификацию опасных и вредных факторов, действующих на рабочем месте; -классификацию и области применения индивидуальных и коллективных средств защиты; -правила техники безопасности при работе в своей области; -требования противодействия терроризму и экстремизму и коррупции <b>Уметь:</b> -снижать воздействие вредных и опасных факторов на рабочем месте в своей области, в том числе с применением	Устный опрос

		<p>жизнедеятельности , в том числе предотвращению чрезвычайных ситуаций</p> <p>УК-8.5 Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях</p>	<p>индивидуальных и коллективных средств защиты;</p> <p>-предпринимать действия при возникновении угрозы возникновения чрезвычайной ситуации;</p> <p>-планировать мероприятия по обеспечению безопасных условий жизнедеятельности , в том числе предотвращению чрезвычайных ситуаций;</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-методами выявления и устранения нарушений техники безопасности на рабочем месте;</p> <p>-первичными приемами оказания первой помощи в различных ситуациях;</p> <p>-навыками организации мероприятий по предупреждению негативных факторов при различных чрезвычайных ситуациях</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик,	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
<b>Б1.О.04</b>	Безопасность жизнедеятельности	2	Б1.О.05 Физическая культура и спорт	Б1.В.ДВ.01.01 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.05 Физическая культура и спорт**  
Трудоемкость з.е. 2

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

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

Краткое содержание дисциплины: Преподавание учебной дисциплины «Физическая культура» строится на следующих разделах и подразделах программы:

- практическом, состоящем из двух подразделов: методико-практического, обеспечивающего овладение методами и способами физкультурно-спортивной деятельности для достижения учебных, профессиональных и жизненных целей личности, и учебно-тренировочного, содействующего приобретению опыта, творческой практической деятельности, развития самостоятельности в физической культуре и спорте в целях достижения физического совершенства, повышения уровня функциональных и двигательных способностей, направленному формированию качеств и свойств личности;
- контрольном, определяющем дифференцированный и объективный учет процесса и результатов учебной деятельности студентов.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1 Обосновывает выбор здоровьесберегающей технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания	<b>Знать:</b> -определение и составляющие компоненты здорового образа жизни -особенности использования средств физической культуры для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья -требования и нормативы Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО -факторы,	Тесты определения общей физической подготовленности студентов

		<p>физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности</p> <p>УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности</p> <p>УК-7.4 Устанавливает соответствие выбранных средств и методов укрепления здоровья, физического самосовершенствования показателям уровня физической подготовленности</p> <p>УК-7.5 Определяет готовность к выполнению нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО</p>	<p>формирующие здоровье человека</p> <p>-основы профилактики болезней, факторы риска хронических заболеваний</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>-использовать средства физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья</p> <p>-выбирать доступные и оптимальные методики для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья</p> <p>-грамотно пользоваться полученными знаниями о путях и средствах коррекции факторов риска, наносящих ущерб здоровью</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-методикой выполнения физических упражнений и самоконтроля за состоянием своего здоровья</p> <p>-техникой выполнения нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО (по ступеням)</p> <p>-двигательными навыками, повышающими функциональные возможности и физическую подготовленность для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>
--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.05	Физическая культура и спорт	2		Б1.О.04 - Безопасность жизнедеятельности

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.06 Русский язык и культура речи**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цели освоения:

- дать необходимые знания о русском языке, его ресурсах, структуре, формах реализации,
- познакомить с основами культуры речи, с различными нормами литературного языка, его вариантами,
- дать представление о речи как инструменте эффективного общения,
- сформировать навыки деловой и научной коммуникации, сформировать умения редактировать, реферировать, рецензировать тексты.

**Краткое содержание дисциплины:**

Современный русский литературный язык. Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка. Речевое взаимодействие. Основные единицы общения. Устная и письменная разновидности литературного языка. Нормативные, коммуникативные, этические аспекты устной и письменной речи. Функциональные стили современного русского языка. Взаимодействие функциональных стилей (научный, официально-деловой, публицистический, разговорный). Культура речи. Основные направления совершенствования навыков грамотного письма и говорения.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Универсальные компетенции	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стили общения с учетом требований современного этикета УК.4.2 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения	<b>Знать:</b> – основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ – основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации  <b>Уметь:</b> – использовать необходимые вербальные и	Тесты Контрольные работы Устные выступления Защита реферата

		<p>УК-4.3 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном РФ и иностранном языках в деловой, публичной сферах общения</p> <p>УК-4.4 Выполняет перевод публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые)</p> <p>УК-4.5 Публично выступает на государственном языке РФ, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p> <p>УК-4.6 Осуществляет устную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) в разных сферах общения</p>	<p>невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>– вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p><b>Владеть:</b> – навыками составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами</p> <p>– навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных</p>	
--	--	--	---	--

			<p>текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>– навыками перевода публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный(ые) язык(и)</p> <p>– навыками публичного выступления на государственном языке РФ</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.О.06	Русский язык и культура речи	1/2	Базовые школьные знания	Б1.ДВ. 2.2 Риторика Б1.ДВ.2.3 Язык делопроизводства

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.07 Основы права**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Целями освоения дисциплины «Основы права» являются изучение основ российского права и содержания российского законодательства как правовой базы становления современного общества, формируемого в ходе глобальных процессов реформирования государства и общества.

Основными задачами изучения дисциплины являются: формирование правовой культуры; воспитание граждан, умеющих юридически грамотно понимать и интерпретировать законы и другие нормативные правовые акты, а также обеспечивать соблюдение законодательства, способных самостоятельно принимать решения и совершать юридические действия в точном соответствии с законом посредством усвоения основного содержания отраслей российского права и выработкой умений ориентироваться в специальной литературе, а также рационально и критически оценивать взаимоотношения государства и права в современных условиях российской действительности.

**Краткое содержание дисциплины**

Нормы права и нормативно-правовые акты. Правосознание и правовая культура врача. Основные правовые системы современности. Международное право как особая система права. Источники российского права. Закон и подзаконные акты. Система российского права. Отрасли права, как гаранты обеспечения прав граждан в сфере охраны здоровья. Правонарушение и юридическая ответственность. Значение законности и правопорядка в современном обществе. Правовое государство. Конституция Российской Федерации – основной закон государства; Конституционные права граждан на охрану здоровья и медицинскую помощь. Особенности федеративного устройства России. Система органов государственной власти в Российской Федерации; Понятие гражданского правоотношения. Брачно-семейные отношения. Взаимные права и обязанности супругов, родителей и детей. Ответственность по семейному праву. Трудовой договор (контракт). Трудовая дисциплина и ответственность за ее нарушение. Административные правонарушения и административная ответственность. Понятие преступления. Профессиональные и должностные правонарушения медицинского персонала и их профилактика. Экологическое право. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Разработка и реализация проектов	УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать	УК-2.1 Выявляет и описывает проблему УК-2.2	В результате изучения дисциплины обучающийся должен <b>знать</b> :	Устный опрос, контрольные задания

	<p>оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых</p>	<p>Определяет цель и круг задач УК-2.4 Устанавливает и обосновывает ожидаемые результаты УК-2.5 Разрабатывает план на основе имеющихся ресурсов в рамках действующих правовых норм УК-2.6 Выполняет задачи в зоне своей ответственности и в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p>	<p>о правах человека и гражданина, их защите, о требованиях противодействия терроризму, экстремизму и коррупции о правовых и экономических основах разработки и реализации проектов технологии проектной деятельности региональные особенности северных и арктических территорий РФ в рамках проектных задач <b>Уметь</b> разрабатывать и применять алгоритм достижения поставленной цели выявлять оптимальный способ решения задачи рационально распределять время по этапам решения проектных задач оформлять проект в виде документа в соответствии со стандартами достигать результативности проекта <b>Владеть</b> навыками работы с правовыми и нормативными документами,</p>	
--	---	---	---	--

			применяемыми в профессиональной деятельности правилами разработки проектов	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре ООП

Код дисциплины (модуля)	Название дисциплины (модуля)	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	
			на которые опирается содержание данной учебной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной учебной дисциплины (модуля) выступает опорой
1	2	3	4	6
Б1.О.07.	Основы права	1		Б1.О.20 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламе

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.08 Экономика**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: изучение общих закономерностей функционирования современного рыночного механизма, который лежит в основе современных экономических систем; формирование у студентов основ экономического мышления.

Краткое содержание дисциплины:

ТЕМА 1. Экономическая теория: предмет, метод, функции

1.1. История становления экономической теории как науки. Основные экономические школы (теории)

1.2. Объект, предмет, структура и функции экономической теории

1.3. Метод изучения экономических явлений и процессов. Экономические категории и законы

ТЕМА 2. Общие проблемы экономического развития

2.1. Потребности и ресурсы

2.2. Воспроизводство и экономический рост

2.3. Воспроизводственные социально-экономические системы

Тема 3. Товарное производство и его роль в экономическом развитии общества

3.1. Натуральное и товарное хозяйство

3.2. Основные категории и законы товарного хозяйства

ТЕМА 4. Рыночные механизмы и законы функционирования товарного хозяйства

4.1. Рынок, его содержание, функции и структура

4.2. Конкуренция и монополия

4.3. Законы спроса и предложения. Цена спроса, цена предложения и равновесная цена

4.4. Ценовая эластичность спроса и предложения

ТЕМА 5. Рыночная экономика: содержание, основные субъекты и закономерности их поведения

5.1. Организация рыночной экономики и ее основные субъекты

5.2. Теории и законы поведения экономических субъектов в рыночной экономике

Тема 6. Рынки факторов производства и формирование факторных доходов

6.1. Особенности формирования спроса, цен и доходов на рынках факторов производства

6.2. Рынок капитала, процент и предпринимательский доход

6.3. Рынок труда и заработная плата

6.4. Рынок природных ресурсов и рента

Тема 7. Технологические, институциональные и экономические основы функционирования предприятия

7.1. Предприятие, его признаки и функции

7.2. Организационно-правовые формы предприятий в России и порядок их создания

7.3. Планирование работы предприятия. Бизнес-план

7.4. Оценка результатов деятельности предприятия

Тема 8. Макроэкономическое равновесие и его обеспечение

8.1. Макроэкономика и основные макроэкономические показатели

8.2. Теории (модели) макроэкономического равновесия

8.3. Основные «инструменты» макроэкономического анализа

ТЕМА 9. Денежно-кредитная система и монетарная политика государства

9.1. Особенности современных денег

9.2. Кредитная система и банки

9.3. Спрос и предложение на денежном рынке

9.4. Ценные бумаги на рынке кредитных ресурсов

## 9.5. Способы регулирования денежного рынка

### ТЕМА 10. Финансовая и налоговая системы

10.1. Содержание финансов. Виды и структура бюджетов

10.2. Бюджетный дефицит и государственный долг

10.3. Налоги и налоговая политика

### ТЕМА 11. Инфляция и социальная политика в рыночной экономике

11.1. Понятие, измерение, виды, причины и механизмы инфляции

11.2. Социально-экономические последствия инфляции

11.3. Содержание социальной политики и оценка ее результативности

11.4. Доходы в рыночной экономике, показатели их распределения и механизмы перераспределения

### ТЕМА 12. Международные аспекты экономического развития

12.1. Мировое хозяйство и формы мировых экономических связей (отношений)

12.2. Внешний рынок и проблемы регулирования внешней торговли

12.3. Мировая валютная система и валютный рынок

### ТЕМА 13. Проблемы экономического роста

13.1. Экономический рост: определение, измерение, типы, источники и границы

13.2. Циклический характер развития рыночной экономики. Содержание основных фаз экономического цикла

13.3. Причины возникновения экономических кризисов. Типы экономических циклов и их материальная основа

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
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 Выявляет и описывает проблему УК-2.2 Определяет цель и круг задач УК-2.3 Предлагает и обосновывает способы решения поставленных задач УК-2.4 Устанавливает и обосновывает ожидаемые результаты УК-2.5 Разрабатывает план на основе имеющихся ресурсов в рамках действующих правовых норм УК-2.6 Выполняет задачи в зоне своей	<b>Знать:</b> - о правах человека и гражданина, их защите, о требованиях противодействия терроризму, экстремизму и коррупции - о правовых и экономических основах разработки и реализации проектов - технологию проектной деятельности - региональные особенности северных и арктических территорий РФ в рамках проектных задач <b>Уметь:</b> -разрабатывать и применять алгоритм	Контрольные задания, тесты

		<p>ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач</p> <p>УК-2.7 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	<p>достижения поставленной цели</p> <p>-выявлять оптимальный способ решения задачи</p> <p>-оформлять проект в виде документа в соответствии со стандартами</p> <p>-достигать результативности проекта</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>-правилами разработки проектов</p> <p>-навыками работы с правовыми и нормативными документами, применяемыми профессиональной деятельности</p>	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.08	Экономика	2	-	-

### 1.4. Язык преподавания: русский.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.09 Социальная психология**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Целями освоения дисциплины Социальная психология являются:

- сформировать у студентов представления о социальной психологии как науке, изучающей закономерности поведения и деятельности людей, обусловленных их включением в социальные группы;
- обеспечить получение студентами знаний об основных социальнопсихологических концепциях, понятиях и терминах; закономерностях и механизмах функционирования социальных объектов;
- способствовать формированию у студентов умений исследовательской работы путем экспериментального исследования социальных групп;
- сформировать основные компетенции студентов в сфере социальнопсихологической науки.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Командная работа и лидерство	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели УК-3.2 Учитывает особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе УК-3.3 Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и	Знать: -содержание, методы применения и возможности различных стратегий поведения; -социально-психологические особенности и особенности поведения людей, с которыми взаимодействует в команде; -нормы и установленные правила командной работы и корпоративной этики; -особенности социального взаимодействия в современном обществе -основные понятия социализации, механизмы, этапы, институты социализации;	Тест

		<p>строит продуктивную совместную деятельность УК-3.4</p> <p>Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды УК-3.5</p> <p>Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивную совместную деятельность</p>	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-определять свою роль в команде при выполнении поставленных перед группой задач;</li> <li>-давать характеристику последствиям (результатам) личных действий для достижения командного результата;</li> <li>-вносить предложения в виде последовательных шагов (дорожной карты) команды для достижения заданного результата;</li> <li>-взаимодействовать со всеми членами команды, используя возможности обмена информацией и различных стратегий поведения;</li> <li>-формулировать, высказывать и обосновывать свое мнение в процессе обсуждения командной деятельности;</li> <li>-работать в команде, исходя из требований этических и профессиональных норм и правил совместной деятельности, а также особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляется совместная деятельность.</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного анализа социально-психологических явлений общественной жизни;</li> <li>- навыками выявления специфических особенностей</li> </ul>	
--	--	---	--	--

			<p>представителей различных групп;  -навыками эффективной коммуникации в обществе;  -методами выявления социально-психологических особенностей и особенностей поведения членов команды</p>	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин	
			на которые опирается содержание данной дисциплины	для которых содержание данной дисциплины выступает опорой
Б1.О.09	Социальная психология	3	Б1.О.02История	Б1.О.01Философия

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
к рабочей программе дисциплины  
**Б1.0.10 Введение в сквозные цифровые технологии**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения:

- развивать логическое, алгоритмическое и технологическое мышление, способствовать развитию системного и критического мышления студентов;
- ознакомить студентов со сквозными цифровыми технологиями, научить применять данные в цифровой форме в различных видах деятельности.

Краткое содержание дисциплины.

Четвертая промышленная революция. Основные тренды. Конкуренция и развитие в эпоху сингулярности. Характеристики ускоряющегося развития.

Визуальное программирование в среде Scratch. Основные компоненты и блоки скретч-программы. Основные приемы программирования. Современное состояние робототехники. Основные понятия в области робототехники и конструирования. Начала программирования роботов. Введение в IoT. Назначение и область применения IoT-технологий (интернет вещей).

Основные направления развития нейротехнологий. Основы электрофизиологии человека. Принципы сбора и верификации данных. Компьютерные системы хранения и обработки данных. Введение в методы математической статистики и машинного обучения (искусственный интеллект). Системы распределенного реестра (блокчейн-сервисы). Технологии виртуальной, дополненной и смешанной реальностей.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Системное и критическое мышление	УК-1 Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (ФГОС 3++)	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; УК-1.2 Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи; УК-1.3 При обработке информации формирует	<i>Знать:</i> содержание, проблемы и тенденции развития цифровых технологий в современном обществе; назначение и возможности среды программирования Scratch, основные компоненты и блоки скретч-программы; виды, назначение и этапы создания робототехнических устройств, области применения и основы программирования	Лабораторные работы, кейсы, проблемные вопросы

		<p>собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения УК-1.4 Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.</p>	<p>роботов; назначение и области применения IoT-технологий (интернет вещей), блокчейн-технологий, VR/AR технологий; цели и задачи нейротехнологий, основы электрофизиологии человека; основы когнитивного анализа больших данных, проблемы проектирования, эксплуатации систем машинного обучения. <i>Уметь:</i> использовать локальную или онлайн среду разработки для визуального программирования в среде Scratch, разрабатывать программы линейной, разветвляющейся и циклической структуры, использовать структуры данных; конструировать отдельные узлы и программировать действия робототехнических устройств; построить простейшие модели машинного обучения; использовать смарт-контракты; собирать базовый функционал программно-аппаратных комплексов IoT-технологий; регистрировать и обрабатывать</p>	
--	--	---	--	--

			биологические сигналы для управления электронными устройствами; разрабатывать простейшие 3D модели и создавать виртуальное пространство; <i>Владеть:</i> методами проектирования алгоритмов решения поставленных задач; навыками коллективной / групповой работы по обработке цифровых данных.	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.10	Введение в сквозные цифровые технологии	2	Школьный курс информатики, математики	

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.11 Основы проектной деятельности**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование представлений об основах проектной деятельности, умений применять на практике полученные знания для реализации проектов, владеть методикой реализации проектов в различных сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Общетеоретический курс включает в себя рассмотрение ряда вопросов от изучения базовых понятий проектирования до исследования отдельных областей, представляющих для науки особый интерес.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения и развития проектирования, субъекты и типология проектирования, условия проектной деятельности. Особое внимание уделяется темам классификации проектов, составления базовых документов для проекта (техническое задание, соглашение, договор, контракт), ответственность команды проекта. Таким образом, в процессе изучения курса у студентов формируется понимание природы и необходимости осуществления проектной деятельности в современных условиях.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к устному опросу, проведение первичных видов исследования мнения респондентов для проекта, составление профессионального глоссария и заполнения таблиц, способствующих успешному усвоению теоретического материала по основам проектной деятельности.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК 1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК 1.2 Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи УК 1.3. При обработке информации	Знать: - особенности системного и критического мышления; - методы постановки и решения задач; - правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике; уметь: - выбирать	Словарная статья

		<p>формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения</p> <p>УК 1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p>информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности;</li> <li>- систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задач;</li> <li>- находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи;</li> <li>- применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами поиска, критического анализа и синтеза информации;</li> <li>- методом системного подхода для решения поставленных задач;</li> <li>- навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата</li> </ul>	
<p>Разработка и реализация проектов</p>	<p>УК-2 Способен определять круг задач в рамканычками аргументации</p>	<p>УК 2.1 Выявляет и описывает проблему</p> <p>УК 2.1 Определяет цель и круг задач</p> <p>УК 2.3 Предлагает и</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- о правах человека и гражданина, их защите, о требованиях противодействия</li> </ul>	<p>Собеседование</p>

	<p>выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих ресурсы и ограничений</p>	<p>обосновывает способы решения поставленных задач УК 2.4 Устанавливает и обосновывает ожидаемые результаты УК 2.5 Разрабатывает план на основе имеющихся ресурсов в рамках действующих правовых норм УК 2.6 Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач УК 2.7 Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	<p>терроризму, экстремизму и коррупции; - о правовых и экономических основах разработки и реализации проектов; - технологию проектной деятельности; - региональные особенности северных и арктических территорий РФ в рамках проектных задач; уметь: - разрабатывать и применять алгоритм достижения поставленной цели; - выявлять оптимальный способ решения задачи; - рационально распределять время по этапам решения проектных задач; - оформлять проект в виде документа в соответствии со стандартами; - достигать результативности проекта; владеть: - правилами разработки проектов; - навыками работы с правовыми и нормативными документами, применяемыми в профессиональной деятельности.</p>	
<p>Самоорганизация и саморазвитие (в том числе и здоровьесбережение)</p>	<p>УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов</p>	<p>УК 6.1 Обосновывает выбор инструментов и методов рационального управления временем при выполнении конкретных задач</p>	<p>знать: - содержание принципов самоорганизации, саморазвития, образования в течение всей жизни; - личностные особенности для реализации траектории саморазвития и</p>	<p>Заполните проектную документацию для подготовки и проекта</p>

	<p>образования в течение всей жизни</p>	<p>при достижении поставленных целей  УК 6.2 Определяет и обосновывает траекторию саморазвития и профессионального роста  УК 6.3 Оценивает приоритеты собственной деятельности и определяет стратегию профессионального развития  УК 6.4 Определяет план реализации траектории саморазвития в соответствии с выбранной стратегией профессионального роста на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>выбранной стратегии профессионального роста;  - приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов;  уметь:  - оценивать личностные особенности и собственные ресурсы для решения задач саморазвития и профессионального роста;  - планировать ближайшие и перспективные цели деятельности с учетом внутренних и внешних условий, требований современного рынка труда;  - определять траекторию саморазвития и профессионального роста ;  - выстраивать этапы реализации траектории личностно- профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требований рынка труда;  - анализировать и критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач;  владеть:  - методикой анализа и оценки личностно- профессионального развития;  - методами эффективного</p>	
--	---	--	--	--

			планирования и организации времени; - способами реализации траектории саморазвития и профессионального роста	
Проектная	ПК-2 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта	Знать - структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения Уметь - разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение Владеть - навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения	Творческое задание

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.11	Основы проектной деятельности	2	Б1.0.02 История Б1.0.10 Введение в сквозные цифровые технологии Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности	Б1.0.19 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.12 Основы учебной, научно-исследовательской деятельности**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: дать студентам теоретические знания и практические навыки в области организации и проведения научных исследований в рамках курсовых, дипломных работ, а также в дальнейшей деятельности в соответствии с избранной специальностью. Сформировать интерес к осуществлению научных исследований на основе существующих методик в конкретной узкой области филологического знания с формулировкой аргументированных умозаключений и выводов.

Краткое содержание дисциплины: организация научно-исследовательской работы в вузах и научно-исследовательских учреждениях России. Наука и научное исследование. Методология научных исследований. Подготовительный этап научно-исследовательской работы. Сбор научной информации. Написание и оформление научных работ студентов. Особенности подготовки, оформления и защиты студенческих работ.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	УК1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи УК-1.3 При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения УК-1.4 Предлагает возможные варианты решения	Знать - особенности системного и критического мышления методы постановки и решения задач правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике  Уметь - выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности систематизировать обнаруженную	собеседование

		поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задачи выявлять системные связи между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности Владеть - методами поиска, критического анализа и синтеза информации методом системного подхода для решения поставленных задач навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата	
	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1 Обосновывает выбор инструментов и методов рационального управления временем при выполнении конкретных задач при достижении поставленных целей УК-6.2	Знать содержание принципов самоорганизации, саморазвития, образования в течение всей жизни личностные особенности для реализации траектории саморазвития и выбранной стратегии профессионального роста	собеседование

		<p>Определяет и обосновывает траекторию саморазвития и профессионального роста УК-6.3</p> <p>Оценивает приоритеты собственной деятельности и определяет стратегию профессионального развития УК-6.4</p> <p>Определяет план реализации траектории саморазвития в соответствии с выбранной стратегией профессионального роста на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов</p> <p>Уметь оценивать личностные особенности и собственные ресурсы для решения задач саморазвития и профессионального роста планировать ближайшие и перспективные цели деятельности с учетом внутренних и внешних условий, требований современного рынка труда определять траекторию саморазвития и профессионального роста выстраивать этапы реализации траектории личностно-профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требований рынка труда анализировать и критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач</p> <p>Владеть методикой анализа и оценки личностно-профессионального развития методами эффективного планирования и организации времени способами реализации траектории саморазвития и</p>	
--	--	--	---	--

			профессионального роста	
--	--	--	----------------------------	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.12	Основы УНИД	3-4	Б1.О.11 Основы проектной деятельности Б1.О.10 Введение в сквозные цифровые технологии	Б1.В.13 Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах Б1.В.14 Организация коммуникационных мероприятий

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: адаптировать обучающихся к формам учебной и научной работы, сформировать представления о специфике профессии, освоить систему ключевых терминов и понятий; дать сведения о процессе обучения сформировать понимание специфики профессии как коммуникационной специальности; сформировать базовый понятийный аппарат теории рекламы и связей с общественностью; дать представление о специфике, сходствах и различиях рекламы, связей с общественностью и журналистики как смежных коммуникационных видах деятельности; дать общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, о структуре рынка рекламы и PR в стране и в регионе; сформировать базовые умения и навыки по работе с источниками информации; дать представление об академической этике и культуре научного труда, о типах научных текстов, их структуре и основных принципах написания.

Краткое содержание дисциплины: дисциплина является теоретическим фундаментом ряда специальных дисциплин. Ее изучение обусловлено тем, что она формирует у студентов более осознанный подход к овладению профессиональными знаниями при изучении всего комплекса последующих дисциплин направленных, предусмотренных учебным планом. Данная рабочая программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Общетеоретический курс включает историю развития высшего образования в России; структуру университета (включая функции ФЛФ); правила организации учебного процесса в вузе; структуру и содержание учебного плана; виды и формы учебного процесса; организацию работы студентов в университете; требования к написанию курсовых и выпускных квалификационных работ; квалификационную характеристику выпускника данного направления.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: работать со специализированной литературой; систематизировать и обобщать полученную информацию; использовать полученные знания для успешного обучения в университете; управлять собой, определять свои цели и планировать собственную деятельность; принимать решения и активно работать в коллективе, устанавливать и расширять социальные контакты, преодолевать коммуникативные барьеры; творчески решать поставленные задачи.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к презентации, собеседованию, написанию эссе, способствующих успешному усвоению теоретического материала по курсу дисциплины, умению находить в текстах и интерпретировать различные элементы информации по теме, составлять поисковые запросы, навыкам применения основных способов обобщения информации, понимание общих принципов, подготовки текстов и их визуализации, представления результатов работы.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории	Планируемые результаты освоения	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
------------------------	---------------------------------	-----------------------------------	---	--------------------

(группы) компетенций	программы (код и содержание компетенции)			
Системное и критическое мышление	УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК 1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК 1.2 Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи УК 1.3. При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения УК 1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Знать: - особенности системного и критического мышления; - методы постановки и решения задач; - правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике; уметь: - выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей; - оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности; - систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задач; - находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи; - применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности; владеть:	Устный опрос

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- методами поиска, критического анализа и синтеза информации;</li> <li>- методом системного подхода для решения поставленных задач;</li> <li>- навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата</li> </ul>	
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе и здоровьесбережение)	УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК 6.1 Обосновывает выбор инструментов и методов рационального управления временем при выполнении конкретных задач при достижении поставленных целей</p> <p>УК 6.2 Определяет и обосновывает траекторию саморазвития и профессионального роста</p> <p>УК 6.3 Оценивает приоритеты собственной деятельности и определяет стратегию профессионального развития</p> <p>УК 6.4 Определяет план реализации траектории саморазвития в соответствии с выбранной стратегией профессионального роста на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание принципов самоорганизации, саморазвития, образования в течение всей жизни;</li> <li>- личностные особенности для реализации траектории саморазвития и выбранной стратегии профессионального роста;</li> <li>- приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать личностные особенности и собственные ресурсы для решения задач саморазвития и профессионального роста;</li> <li>- планировать ближайшие и перспективные цели деятельности с учетом внутренних и внешних условий, требований современного рынка труда;</li> <li>- определять траекторию саморазвития и профессионального роста ;</li> <li>- выстраивать этапы</li> </ul>	Презентация

			<p>реализации траектории личностно-профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требований рынка труда;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методикой анализа и оценки личностно-профессионального развития;</li> <li>- методами эффективного планирования и организации времени;</li> <li>- способами реализации траектории саморазвития и профессионального роста</li> </ul>	
Социально-просветительская	<p>ПК-5 Способность продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>Знать процесс продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Уметь осуществлять продвижение социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Владеть навыками продвижения социально значимых ценностей с</p>	Эссе

		ПК-5.3. Опирается на миссию и философию организации при разработке специальных мероприятий с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.13	Введение в коммуникационные специальности	1	Б1.0.02 История Б1.0.06 Русский язык и культура речи Б1.0.07 Основы права Б1.0.12 Основы УНИД	Б1.0.15 Теория и практика рекламы Б1.0.16 Теория и практика связей с общественностью Б1.0.17 Теория и практика медиакоммуникаций Б1.0.18 Теория и практика массовой информации

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.14 Основы теории коммуникации,**  
**включая деловые и межличностные коммуникации**  
Трудоемкость 5 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных особенностям деловой и межличностной коммуникации, психологии делового общения, формирование и развитие у студентов конфликтологической и нравственной культуры делового общения в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины: курс дисциплины призван дать обучающимся представление о «Теории коммуникации» как базовой дисциплине при профессиональной подготовке специалистов в сфере связей с общественностью, о средствах обоснования речи и поведения в деловом и межличностном общении; сформировать определенные навыки практического использования способов правдоподобных рассуждений, аргументационного процесса, логических приемов ведения дискуссии и полемики; навыки владения основными приемами техники спора, полемики, убеждения; навыки общения в конфликтогенной среде, публичной речи.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	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	Знать: - технологию создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - логическую структуру, виды и способы аргументации, модели рекламной аргументации в процессе создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - специфику использования норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при подготовке медиатекстов,	Устный опрос, доклады

		<p>форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем</p> <p>ОПК-1.3. Разрабатывает актуальные медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в соответствии с текущими запросами и потребностями общества и профессиональной индустрии</p>	<p>медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - основные запросы и потребности общества и профессиональной индустрии;</p> <p>Уметь: - использовать методы создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - использовать нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем в разработке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - создавать актуальные для общества и индустрии медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты;</p> <p>Владеть: - навыками создания актуальных для общества, рекламной и PR-индустрии медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</p>	
	<p>ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов</p>	<p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</p>	<p>Знать: - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; - процедуру проведения медиа-аудита</p>	<p>Устный опрос Глоссарий</p>

	<p>для их разносторонне го освещения в создаваемых медиапродуктах и (или) медиапродуктах , и (или) коммуникацион ных 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> <p>ОПК- 2.3. Осуществляет разностороннее освещение деятельности общественных и государственных институтов в рекламных и PR- текстах</p>	<p>государственных и общественных институтов; Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· разносторонне освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиапродуктах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах;</li> <li>· проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· информацией о тенденциях развития общественных и государственных институтов;</li> <li>· методологией проведения медиа- аудита.</li> </ul>	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.14	Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	1,2	Б1.0.06 Русский язык и культура речи Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности	Б1.0.9 Социальная психология Б.1.0.22 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.15 Теория и практика рекламы**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование представлений о рекламе и о будущей профессиональной деятельности, умений применять на практике полученные знания для реализации рекламной деятельности, владеть практическими навыками профессиональной работы в рекламном отделе/агентстве.

Краткое содержание дисциплины:

Актуальность курса дисциплины «Теория и практика рекламы» можно объяснить тем значением, которые играют коммуникационные технологии в современном обществе. Сегодня реклама как инструмент маркетинговой политики компаний является одной из влиятельных сил экономики. Меняясь и трансформируясь в современной маркетинговой среде, она наглядно демонстрирует всю значимость усилий производителей, направленных на завоевание потребительского внимания.

Образовательный курс содержит определение рекламы, общие требования, предъявляемые к рекламе, раскрываются цель, задачи, функции, принципы, коммуникационные характеристики рекламы.

Отдельное место в курсе занимает определение места и роли рекламы в системе маркетинга, её значение в системе современной коммуникативистики. Краткий экскурс в историю развития рекламы позволяет студентам лучше понять динамику рекламной отрасли и зависимость развития коммуникационных процессов от совершенствования технологий передачи информации.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или)	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при	Знать: - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; - процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов; Уметь: - разносторонне освещать деятельность	Тест

	медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК-2.3.Осуществляет разностороннее освещение деятельности общественных и государственных институтов в рекламных и PR-текстах	общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах; - проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов; Владеть: - информацией о тенденциях развития общественных и государственных институтов; - методологией проведения медиа-аудита.	
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.О.15	Б1.О.15 Теория и практика рекламы	2	Б.1.О.13 Введение в коммуникационные специальности	Б.1.В.05 Организация рекламных и PR-агентств Б.1.В.14 Организация коммуникационных мероприятий

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.16 Теория и практика связей с общественностью**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель: дисциплина направлена на разностороннее формирование профессиональной идентичности студента. Цель дисциплины – освоение студентами основного понятийного аппарата связей с общественностью, ознакомление с основными подходами к PR-деятельности, усвоение основных технологий, методов и инструментов деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде.

Основное содержание дисциплины определено таких задач, как - дать системное представление о связях с общественностью как виде профессиональной деятельности в коммерческой, политической, социальн сфере и взаимодействии с органами государственной власти;- сформировать понимание принципов профессиональной этики;- дать представление об этических кодексах, профессиональных организациях и объединениях, профессиональных конкурсах, профессиональных стандартах;-ознакомить с основными зарубежными и отечественными теоретическими концепциями связей с общественностью;- дать полное и системное представление о понятийном аппарате теории связей с общественностью;-сформировать представление о принципах взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой информации, - дать представление о типах современной коммуникационной продукции связей с общественностью в онлайн и офлайн средах; - обучить базовым алгоритмам деятельности по связям с общественностью, аналитическим и технологическим процедурам, используемым в деятельности по связям с общественностью;- продемонстрировать деятельность по связям с общественностью на примере анализа классических и современных кейсов.

В результате освоения дисциплин выпускник демонстрирует способность создавать коммуникативные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков в аналоговой и цифровой среде в соответствии с социальными запросами аудитории; умеет использовать типовые алгоритмы проектов и кампаний, результаты вторичных исследований для проведения коммуникационных компаний; демонстрирует знание сопроводительного документооборота, основных маркетинговых инструментов по продвижению коммуникационного продукта и взаимодействию с разными целевыми группами общественности.

В процессе реализации дисциплины применено сочетание лекционных, семинарских, практических проектных форм проведения занятий.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Общество и государство	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и	ОПК-2.1. Знает систему общественных государственных институтов, механизмы их	Знать: - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;	Глоссарий Доклад

	<p>государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</p>	<p>функционирования и тенденции развития</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> <p>ОПК-2.3. Осуществляет разностороннее освещение деятельности общественных и государственных институтов в рекламных и PR-текстах</p>	<p>- процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов;</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разносторонне освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах;</li> <li>- проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- информацией о тенденциях развития общественных и государственных институтов;</li> <li>- методологией проведения медиа-аудита.</li> </ul>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.16	Теория и практика связей с общественностью	2,3	Б1.0.02 История Б1.0.06 Русский язык и культура речи	Б1.0.17 Теория и практика медиакоммуникаций

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.17 Теория и практика медиакоммуникаций**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: систематизированно изложить основы теории и практики медиакоммуникации в широком научном контексте, включающем методологические, философские, социопсихологические, семиотические, лингвистические аспекты, ознакомить с базовым научным аппаратом современной медиакоммуникативистики, методов исследования медиакоммуникаций, с основными уровнями социальной коммуникации, спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни; акцентировать прагматические аспекты вербальной (устной и письменной) и невербальной коммуникации; выработать умения и навыки эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

Краткое содержание дисциплины: Специфика воздействия средств массовых коммуникаций на личность. Медиакоммуникационные модели социализации и инкультурации личности. Современные виды массовокоммуникационной деятельности: аутсайдеры и фавориты. Приоритетные функции средств массовых коммуникаций в современном обществе

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Общепрофессиональные компетенции	ОПК-5 Способен устанавливать и сопровождать программное обеспечение информационных систем, осуществлять эффективное управление разработкой программных средств и проектов	ОПК-5.1. "Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях"  ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с	Знать- "основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие медиакоммуникационные системы на глобальном, национальном и региональном уровнях; "  Уметь- "применять правовые и этические нормы в рекламной деятельности и в сфере связей с	собеседование

		<p>учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>ОПК-5.3. Знает основные тенденции развития и функционирования различных медиакоммуникационных систем</p>	<p>общественностью;</p> <p>- учитывать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования;</p> <p>" Владеть- "навыками использования различных источников информации по праву и этике для регулирования рекламной и PR-деятельности;</p> <p>- способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира</p>	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.17	Теория и практика медиакоммуникаций	3-4	<p>Б1.0.10 Введение в сквозные цифровые технологии</p> <p>Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности</p>	<p>Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве</p>

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.18 Теория и практика массовой информации**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: подготовка специалистов-коммуникаторов, владеющих методикой деятельности в массовокоммуникационной среде; обучение студентов методике журналистского творчества; формирование навыков сбора, обработки и распространения информации, создания информационных, аналитических и художественно-публицистических произведений массовой информации.

Краткое содержание дисциплины: Понятие информационного общества. Типологические группы современных СМИ. Журналистика как профессия. Этические принципы журналистики. Технология журналистского творчества. Методы сбора информации в журналистике. Журналистское произведение как особый вид текста. Жанры журналистики.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	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 ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования	"Знать: - основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие медиакоммуникационные системы на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: - применять правовые и этические нормы в рекламной деятельности и в сфере связей с общественностью; - учитывать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя	Устный опрос, доклад, презентация, тест

		<p>конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3. Знает основные тенденции развития и функционирования различных медиакоммуникационных систем "</p>	<p>из политических и экономических механизмов их функционирования; Владеть: - навыками использования различных источников информации по праву и этике для регулирования рекламной и PR-деятельности; - способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; "</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.18	Теория и практика массовой информации	6	Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности Б1.В.13 Организация в PR-отделах и пресс	Б.1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.19 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование представлений об управлении проектами в рекламе и связях с общественностью, умений применять на практике полученные знания для реализации проектов, владеть методикой реализации рекламных и PR-проектов в различных сферах.

Краткое содержание дисциплины: призван привить студентам понимание управления проектами. Общетеоретический курс включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий рекламного и PR-проекта, представляющих для современной коммуникативистики особый интерес.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения и развития управления проектами в рекламе и связях с общественностью, субъекты и типология управления проектами, условия проектирования в рекламе и связях с общественностью. Особое внимание уделяется темам классификации проектов в области рекламы, связей с общественностью, составления базовых документов для проекта (технически-экономическое обоснование, бизнес-план, креативный бриф, клиентский бриф, договор, прайс, медиаплан, план-график), ответственность команды проекта. Таким образом, в процессе изучения курса у студентов формируется понимание природы и необходимости управления проектами в рекламе и связях с общественностью в современных условиях.

Предлагаемые в данном курсе конкретные ситуации – кейсы направлены на предоставление студентам возможности работы в группе на едином проблемном поле; на использование структурированной информации, снижающей степень неопределенности; на возможность более глубокого понимания теоретических концепций и их истоков; на выработку навыков простейшего обобщения.

Самостоятельная работа студентов подразумевает написание курсового проекта; подготовку к устным опросам; решение кейсов; проведение маркетинговых исследований.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития  ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития	Знать: - систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; - процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов; Уметь: - разносторонне освещать	Собеседование

	создаваемых медиатекстах и (или) межапродукта х, и (или) коммуникационных продуктах	общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов  ОПК-2.3. Осуществляет разностороннее освещение деятельности общественных и государственных институтов в рекламных и PR-текстах	деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах, межапродуктах, коммуникационных продуктах; - проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов; Владеть: - информацией о тенденциях развития общественных и государственных институтов; - методологией проведения медиа-аудита.	
Проектная	ПК-2 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта	Знать - структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения Уметь - разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение Владеть - навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения	Курсовой проект

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается	для которых содержание данной дисциплины

			содержание данной дисциплины (модуля)	(модуля) выступает опорой
Б1.О.19	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	4	Б1.О.11 Основы проектной деятельности Б1.О.12 Основы УНИД	Б1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве Б1.В.10 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях Б1.В.14 Организация коммуникационных мероприятий

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.20 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламе**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование регулятивного компонента профессионального сознания будущего бакалавра по рекламе и связям с общественностью, а также знаний, навыков, умений в сфере правового регулирования рекламной и PR-деятельности.

Краткое содержание дисциплины: курс дисциплины призван привить студентам понимание основ правового регулирования рекламной и PR-деятельности. Общетеоретический курс включает в себя рассмотрение проблем юридического определения рекламы и связей с общественностью как предмета регулирования, приемов защиты репутации юридическими средствами, основ авторского права в рекламе и связях с общественностью и смежных видах деятельности. В итоге студенты должны научиться распознавать ненадлежащую рекламу, анализировать рабочую ситуацию в правовом аспекте, будут знать законодательство, регулирующее рекламную деятельность, общие и специальные требования к рекламе, права и обязанности участников рекламного процесса, их правовое положение, основные критерии ненадлежащей рекламы и борьбы с ней, основные договоры, применяемые в рекламной деятельности.

В рамках самостоятельной работы студенты готовятся к работе с нормативно-правовой документацией для грамотного применения в профессиональной деятельности.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<i>Эффекты</i>	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;  ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств, приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с	Знать: - принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; Уметь: - применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности; Владеть: - методами и приемами прогнозирования	тест

		<p>принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7.3. Способен составить прогноз развития последствий своей профессиональной деятельности</p>	<p>последствий профессиональной деятельности;</p> <p>- принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.20	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламе	4	<p>Б1.О.15 Теория и практика рекламы</p> <p>Б1.О.16 Теория и практика связей с общественностью</p> <p>Б2.О.01(У)</p> <p>Профессионально-ознакомительная практика</p>	<p>Б1.0.21 Профессиональная этика связей с общественностью и рекламы</p> <p>Б2.О.02(П)</p> <p>Профессионально-творческая практика</p> <p>Б2.0.03 (П)</p> <p>Преддипломная практика</p> <p>Б3.0.01.(Д)</p> <p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.21 Профессиональная этика связей с общественностью и рекламы**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: методическое обеспечение процесса получения студентами необходимых представлений в области теоретических и практических основ этического профессионального знания, нравственных основ профессиональных ценностей, делового этикета, а также развития самостоятельных навыков использования полученных знаний в своей профессиональной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Образовательный курс дисциплины имеет воспитательную направленность и является важным элементом в структуре направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Необходимость этической подготовки будущих бакалавров диктуется современной ситуацией в России, всей традицией мировой общественной мысли, которая всегда была связана с этическим знанием. Профессиональная этика призвана регулировать человеческие отношения в социокультурной сфере. Наряду с правом, мораль выступает одной из форм регулирования поведения людей в обществе, служит предпосылкой успешной профессиональной деятельности. Основой морали является нетерпимость к пренебрежению общественными интересами, высокое осознание общественного долга. Таким образом, знания, полученные в ходе освоения данного курса дисциплины, предполагают поиск наиболее эффективных приемов реализации нравственных предписаний бакалаврам общественных связей и рекламы. Также перед преподавателем стоит задача объяснить будущим коммуникаторам нравственность как теорию морали и специфику этики профессии, раскрыть ценностный аспект нравственного основания профессии, обосновать ситуацию, с которой столкнулась современная профессиональная этика и объяснить необходимость понимания и принятия компромиссных решений. Особое значение в рамках данного курса дисциплины уделяется общей направленности организационной деятельности «Реклама и связи с общественностью», изучению международных документов о защите прав человека как базовых оснований для процесса кодификации, традиционных этических систем, идеи защиты чести и достоинства граждан. По итогам у студентов формируется представление о требованиях к образованию как условию обеспечения высокой степени моральной ответственности за результаты их труда; о личностных и профессиональных качествах; о необходимости соответствия профилю бакалавра. В процессе освоения курса предусматривается написание контрольных работ и обсуждение практических вопросов в рамках дискуссионного семинара, проблемного коллоквиума. В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	ОПК-7 Способен	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы	Знать: - принципы социальной	Тест

	<p>учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств, приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом; ОПК-7.3. Способен составить прогноз развития последствий своей профессиональной деятельности</p>	<p>ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; Уметь: - применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности; Владеть: - методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности; - принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p>	
--	---	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.21	Профессиональная этика в рекламе и связях с общественностью	6	Б1.0.02 История Б1.0.07 Основы права Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности Б1.0.20 Правовое регулирование связей с общественностью и рекламе	Б1.0.24 Психология рекламы и связей с общественностью

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.22 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у студентов навыков успешного общения в сфере рекламы и связей с общественностью при проведении бесед, переговоров, совещаний и т.п., а также формирование речевых навыков устного делового контакта; владеть психологической культурой этикой служебного взаимодействия. А также обучение речевому общению путем совершенствования навыков всех видов речевой деятельности. Краткое содержание дисциплины: Введение в речевую коммуникацию. Исторические и теоретические аспекты речевой коммуникации. Речевая коммуникация как процесс. Формы речи и жанры речевого общения. Речевая норма и культура речи. Этика речевой коммуникации. Публичные коммуникации. Психологические и лингвистические аспекты речевой коммуникации. Современное речевое поведение. Невербальные средства речевой коммуникации. В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Общепрофессиональная компетенция	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	Знать: - технологию создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - логическую структуру, виды и способы аргументации, модели рекламной аргументации в процессе создания медиатекстов и коммуникационных продуктов; - специфику использования норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при подготовке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;	Контрольная работа

		<p>языков, особенностями иных знаковых систем ОПК-1.3. Разрабатывает актуальные медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в соответствии с текущими запросами и потребностями общества и профессиональной индустрии</p>	<p>- основные запросы и потребности общества и профессиональной индустрии; Уметь: - использовать методы создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - использовать нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем в разработке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - создавать актуальные для общества и индустрии медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты; Владеть: - навыками создания актуальных для общества, рекламной и PR-индустрии медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов; - нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</p>	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.22	Речевая коммуникация в связях с общественностью и	5, 6	Б1.0.14 Основы теории коммуникации, включая деловые и	Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной

	рекламе		межличностные коммуникации	квалификационной работы
--	---------	--	-------------------------------	----------------------------

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.23 Социология рекламы и связей с общественностью**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у студентов научных представлений о рекламе, связях с общественностью, роли социологических исследований в рекламном бизнесе, в PR-сфере, ознакомление с исследовательской практикой; выработка навыков исследовательской деятельности в рекламе и связях с общественностью.

Краткое содержание дисциплины:

Социология рекламы и связей с общественностью как научное направление анализа функционирования общественного института рекламы, связей с общественностью и применения социологических методов сбора и обработки информации для современной рекламной индустрии, индустрии PR.

Общетеоретический курс включает в себя теоретическое и методологическое обоснование взаимодействия социальных структур общества и коммуникативных систем различных уровней. В итоге студенты должны научиться грамотно выявлять взаимосвязь факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие социально значимой информации в межличностной и массовой коммуникации, иметь представление о современных теориях информационного общества и понять значимость коммуникативных параметров в современной социологической теории.

В рамках самостоятельной работы студенты приобретают навыки использования социологического анализа в реальной профессиональной работе,.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
<i>Аудитория</i>	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  ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях	Знать: базовые способы и средства получения маркетинговой и социологической информации для анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп; запросы и потребности общества и аудитории; Уметь: применять базовые методы хранения, переработки	Зачетные билеты

		<p>целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4.3. Учитывает актуальные запросы и потребности общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности</p>	<p>маркетинговой и социологической информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп;</p> <p>- учитывать основные характеристики целевой аудитории в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>- информацией о запросах и потребностях общества и аудитории;</p> <p>- способностью использовать данные о запросах и потребностях общества и аудитории в профессиональной деятельности;</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.23	<b>Социология рекламы и связей с общественностью</b>	6	Б1.0.15 Теория и практика рекламы Б1.0.16 Теория и практика связей с общественностью	Б1.0.24 Психология рекламы и связей с общественностью Б2.0.03 (П) Преддипломная практика Б3.0.01.(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.24 Психология рекламы и связей с общественностью**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: сформировать навык использования психологических закономерностей человека для успешной рекламной и ПР- деятельности, познакомить с теоретическими и практическими аспектами психологии массовой коммуникации и массмедиа; овладение теоретическим и методологическим обоснованием психологического взаимодействия социальных структур общества, способами выявления взаимосвязи факторов, обуславливающих адекватную передачу и восприятие в процессе коммуникации.

Краткое содержание дисциплины: Структура курса основана на психологическом подходе к проблемам рекламной деятельности и включает вопросы истории развития рекламы и рекламных технологий, социально-организационные аспекты рекламной деятельности, затрагиваются темы политической рекламы и политического имиджа, отражения рекламы в российской культуре. Так же рассматриваются аспекты психологии массовой коммуникации, позволяющие формировать навыки использования психологических приемов в связях с общественностью.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Общепрофессиональные компетенции	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 ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании	Знать базовые способы и средства получения маркетинговой и социологической информации для анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп; - запросы и потребности общества и аудитории  Уметь применять базовые методы хранения, переработки маркетинговой и социологической информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп; - учитывать основные	Собеседование, экзаменационные билеты

		<p>текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4.3. Учитывает актуальные запросы и потребности общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности</p>	<p>характеристики целевой аудитории в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть информацией о запросах и потребностях общества и аудитории;</p> <p>- способностью использовать данные о запросах и потребностях общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.24	Психология рекламы и связей с общественностью	7-8	<p>Б1.О.13 Введение в коммуникационные специальности</p> <p>Б1.О.14 Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации</p>	<p>Б1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний</p> <p>Б1.В.17 Креативные технологии в рекламе</p> <p>Б1.В.19 Брендинг и фирменный стиль</p>

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

**Цель:** побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных организации современных коммуникационных кампаний; выработка у обучающихся собственных идей по проблемам организации коммуникационных кампаний в бизнесе, государственных структурах, некоммерческом секторе и их решению.

**Краткое содержание дисциплины:** Признаки и структура коммуникационной кампании. Классификация коммуникационных кампаний. Система RACE. Организационные и материально-технические основы проведения коммуникационных кампаний. Определение целей, задач коммуникационных кампаний, сегментирование целевых аудиторий. Написание концепции, графика и выбор стратегии кампании. Проблема формирования бюджета кампании. Особенности разработки и реализации коммуникационных кампаний в различных сферах общественной жизни. Проведение PR-кампании в условиях ограниченных ресурсов. Оценка эффективности коммуникационных кампаний.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
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.	Знать: - формы и типы культур, основные культурно-исторические центры и регионы мира, место России в системе мировой культуры; - основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности; - систему ценностей мировой и российской культуры Уметь: - ориентироваться в истории и теории отечественной и мировой художественной	Устный опрос, доклады,

		ОПК-3.3. Разрабатывает медиатексты, медиапродукты и коммуникационных продукты с ориентацией на систему ценностей мировой и российской культуры "	культуры; - использовать основные достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью или иных коммуникационных продуктов; Владеть: - способностью ориентироваться в базовых положениях теории отечественной и мировой художественной культуры; - способностью применять для решения творческих задач знания основных достижений отечественной и мировой культуры; "	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.О.25	Организация и проведение коммуникационных кампаний	7,8	Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах Б1.О.15 Теория и практика рекламы Б1.О.16 Теория и практика связей с общественностью	Б.1.В.21 Реклама и связи с общественностью в бизнесе Б.1.В.12 Имиджелогия

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.0.26. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью**  
Трудоемкость 5 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: ознакомление с основными понятиями менеджмента, его закономерностями и теориями, способами и результатами управления организацией а также в формировании общекультурных и профессиональных компетенций.

Краткое содержание дисциплины: Парадигма менеджмента. Организация и менеджмент Теоретический взгляд на менеджмент. Взаимодействие человека и организации. Взаимодействие человека и группы. Адаптация человека к организационному окружению и изменения его поведения. Мотивация деятельности. Стратегическое управление организацией. Миссия и цели организации. Стратегия фирмы. Проектирование работы в организации. Проектирование организации. Типы организаций и их структуры. Комуникации, решения, группы и конфликты в организации. Власть и лидерство. Организационная культура. Организационные изменения

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	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;  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  ОПК-6.3. Использует для решения профессиональных задач	Знать: - теоретические основы современных информационно-коммуникационных технологий; - принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности; Уметь: - применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в профессиональной деятельности; Владеть: - навыками решения профессиональных задач с применением современных	Собеседование, экзаменационные билеты

		современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	технических средств и информационно-коммуникационных технологий.	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.26.	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	7,8	Б1.О.08. Экономика, Б1.О.15. Теория и практика рекламы, Б1.О.16. Теория и практика связей с общественностью,	Б1.В.13. Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах, Б1.О.19. Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.01 Культурология**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цели и задачи освоения дисциплины**

**Цель** – формирование общекультурных (универсальных) компетенций личности студента через представление о культурологии как науке, изучающей сущность и структуру культуры, знакомство с основными разделами и методами культурологии, историей культурологических учений, актуальными проблемами современной культуры.

**Задачи дисциплины:**

- приобретение студентами культурологических знаний и навыков анализа явлений культурной жизни, типов культур, межкультурной коммуникации, включая инновационные процессы;
- развитие восприимчивости к проблематике истории искусства, проблеме сохранения как отечественного, так и всемирного культурного наследия;
- формирование у студентов культурологического сознания, понимания глубоких противоречий развития культуры, искусства и религии;
- формирование отношения студента к современному культурному процессу.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Межкультурное взаимодействие	УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Понимает место России в мировой истории, интерпретирует общее и особенное в историческом развитии России УК-5.2 Осознает историчность и контекстуальность социальных феноменов, явлений и процессов УК-5.3 Имеет представление о социально значимых проблемах, явлениях и процессах УК-5.4 Демонстрирует навык сознательного выбора ценностных ориентиров, формирует и	<b>Знать:</b> - основные этапы и события отечественной и мировой истории в их взаимосвязи; - этнические, культурные, религиозные и социально-политические особенности российского общества и современного мира; - важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического и политического развития; - основы толерантного взаимодействия в межкультурном общении; - многообразие культурных форм,	Эссе, тест, зачетные вопросы

		<p>отстаивает гражданскую позицию  УК-5.5 Проявляет разумное и уважительное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп  УК-5.6 Проявляет толерантное отношение к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп</p>	<p>историческое наследие, культурные и религиозные традиции народов и социальных групп;  - основные понятия и термины в сфере профессиональной деятельности на государственном (якутском) языке РС(Я);  <b>Уметь:</b>  · использовать исторические, общенаучные и философские знания в решении профессиональных задач;  · выявлять роль аксиологических оснований в культурном опыте индивида и социума  · отстаивать гражданскую позицию при решении социальных и политических проблем  <b>Владеть:</b>  · приемами поиска и анализа источников и информации в социально-историческом, этническом и философском дискурсах;  · навыками научного анализа социально значимых проблем и явлений;  · навыками сознательного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;  · навыками толерантного отношения к многообразию культурных форм самоопределения человека, к историческому</p>	
--	--	---	--	--

			наследию, культурным и религиозным традициям народов и социальных групп	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.01	Культурология	4	Б1.О.01 Философия Б1.О.02 История Б1.О.06 Русский язык и культура речи	Б1.В.ДВ.03.03 Арт-технологии в продвижении территории (сеть САФУ) Б1.В.ДВ.01.01 Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.02 Тайм-менеджмент**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Современное общество предъявляет высокие требования к уровню компетентности специалиста. Неотъемлемым качеством профессионала в динамично развивающейся экономике должно быть умение рационально расходовать свое время, эффективно организовать свою работу. В современном обществе человек не может быть успешен без сознательного отношения к своей жизни, сознательного ее проектирования, наличия стратегии жизни.

Целью освоения учебной дисциплины «Тайм-менеджмент» является формирование у студентов общих представлений о сущности и типах управления временем, принципах и способах управления временным ресурсом для более успешного осуществления профессиональной деятельности.

Содержание дисциплины включает знания об особенностях планирования и использования рабочего времени в процессе профессиональной деятельности, условиях и принципах эффективного тайм-менеджмента.

Задачи изучения дисциплины: - формирование у студентов системы знаний по курсу; - формирование у студентов представления о тайм-менеджменте; -развитие организационной компетенции, предполагающей овладение способами управления и руководства временем; - совершенствование у студентов навыков самоконтроля, самоорганизации и саморегуляции; - формирование и совершенствование умения качественно анализировать и оценивать свои действия.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
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-6.1 Обосновывает выбор инструментов и методов рационального управления временем при выполнении конкретных задач при достижении поставленных целей УК-6.2 Определяет и обосновывает траекторию саморазвития и профессионального роста УК-6.3 Оценивает	<b>Знать:</b> -содержание принципов самоорганизации, саморазвития, образования в течение всей жизни; - личностные особенности для реализации траектории саморазвития и выбранной стратегии профессионального роста; - приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов;	Устный опрос, тест, зачетные вопросы

		<p>приоритеты собственной деятельности и определяет стратегию профессионального развития</p> <p>УК-6.4 Определяет план реализации траектории саморазвития в соответствии с выбранной стратегией профессионального роста на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-оценивать личностные особенности и собственные ресурсы для решения задач саморазвития и профессионального роста ;</li> <li>- планировать ближайшие и перспективные цели деятельности с учетом внутренних и внешних условий, требований современного рынка труда;</li> <li>- определять траекторию саморазвития и профессионального роста;</li> <li>- выстраивать этапы реализации траектории личностно-профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требований рынка труда;</li> <li>- анализировать и критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-методикой анализа и оценки личностно-профессионального развития;</li> <li>- методами эффективного планирования и организации времени;</li> <li>- способами реализации траектории саморазвития и профессионального роста</li> </ul>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.02	Тайм-менеджмент	1	Б1.О.11 Основы проектной деятельности , Б1.О.12 Основы УНИД,	Б1.В.13 Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах Б1.В.14 Организация коммуникационных мероприятий Б1.О.24 Психология рекламы и связей с общественностью Б1.В.ДВ.04.02 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.03 История рекламы и связей с общественностью**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

**Цели** изучения дисциплины: сформировать целостное представление об истории мировой и отечественной рекламы и связях с общественностью как о закономерно развивающейся системе; четкое понимание мировой и российской системы рекламы и PR; выработать умение критически анализировать содержание рекламы и PR различных периодов их развития.

**Краткое содержание дисциплины:** Основные этапы в истории рекламы и PR. Протореклама в Древнем мире. Истоки PR в период Античности. Особенности рекламы и PR в Средние века. Эволюция рекламного дела и связей с общественностью в Новое время (16-18 вв.). Западноевропейская и американская реклама в 19 в.- нач. 20 в. Особенности развития PR в начале 20 в. Техническое развитие рекламы и PR. Печатная периодика в Европе, России и США. Появление массового радиовещания и телевидения. Появление глобальных информационных сетей. PR в годы Второй мировой войны и послевоенный период. Эволюция связей с общественностью в постиндустриальную эпоху (1960-е – наши дни). Основные этапы становления рекламы в дореволюционной России. Реклама советского периода (1917-1991 гг.). Развитие рекламной деятельности и становление PR в России. Перспективы развития рекламы и PR.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Социально-просветительская	ПК-5: способен продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается	Знать процесс продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Уметь осуществлять продвижение социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных	Устный опрос, доклады, тест, реферат, социально значимый рекламный и PR-проект

		<p>на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-5.3. Опирается на миссию и философию организации при разработке специальных мероприятий с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p>	<p>продуктов</p> <p>Владеть - навыками продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов</p>	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.03	История рекламы и связей с общественностью	1,2	Б1.О.02 История Б1.О.13 Введение в коммуникационные специальности	Б1.О.15 Теория и практика рекламы Б1.О.16 Теория и практика связей с общественностью Б1.О.18 Теория и практика массовой информации

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.04. Маркетинг в рекламе и связях с общественностью**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование системы знаний о маркетинге как современной концепции бизнеса, направленной на создание компанией конкурентных преимуществ, а также формирование универсальных культурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления эффективной и результативной маркетинговой деятельности.

Краткое содержание дисциплины: методология и методика маркетинга, связанная с изучением теоретических и методических основ маркетинговой концепции, позволяющая сформировать у будущих бакалавров соответствующий комплекс знаний и навыков в области маркетинговых исследований, разработке маркетинговых стратегий и программ, организации маркетинговой деятельности на предприятии.

Маркетинг как концепция управления в рыночной экономике. Маркетинговая среда предприятия. Маркетинговая информационная система. Маркетинговые исследования. Сегментирование потребительского рынка. Потребительские рынки и поведение потребителей в процессе выбора покупки. Конкуренция на рынке товаров и услуг. Товарная политика предприятия. Методы и стратегии ценообразования. Сбытовая политика предприятия. Система маркетинговых коммуникаций. Стратегическое планирование и контроль маркетинга.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории или компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-1. маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде	Знать: · продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь: · осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; Владеть: · технологией продвижения коммуникационного	Собеседование, экзаменационные тесты

			продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.0.11	Маркетинг в рекламе и связях с общественностью	3,4	Б1.О.08. Экономика, Б1.О.15. Теория и практика рекламы, Б1.О.16. Теория и практика связей с общественностью,	Б1.В.13. Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах, Б1.О.19. Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.05 Организация рекламных и PR-агентств**  
Трудоемкость 5 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения дисциплины: формирование представления об организации рекламного и PR-агентства (коммуникационного); повышение конкурентоспособности обучающихся за счет свободного владения теоретическим и практическим материалом, способностью ориентироваться в управлении агентством; выработка практических навыков в решении задач стратегического и оперативного управления агентством, разработки организационно-распорядительных документов, анализа эффективности деятельности агентства.

Краткое содержание дисциплины:

Курс дисциплины знакомит с новейшей технологией создания данной организацией, примерами создания агентств рекламы и связей с общественностью. В рамках программы курса будут рассмотрены цели и задачи управления агентств на современном этапе, его основных видов; организационная структура данных учреждений и их внешнее окружение; методология управления его работой; вопросы профессиональной этики.

Курс направлен на развитие способностей самостоятельно ориентироваться в базовых принципах, стратегиях, особенностях и тенденциях управления агентством для повышения профессиональной компетентности и возможности эффективно применять на практике умения и навыки работы с различными целевыми группами.

Предлагаемые в данном курсе конкретные ситуации – кейсы направлены на предоставление студентам возможности работы в группе на едином проблемном поле; на использование структурированной информации, снижающей степень неопределенности; на возможность более глубокого понимания теоретических концепций и их истоков; на выработку навыков простейшего обобщения.

Самостоятельная работа студентов подразумевает написание итоговой работы; подготовку к устным опросам; решение кейсов; проведение маркетинговых исследований.

В программе курса представлен список основной, дополнительной литературы и информационное сопровождение, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Маркетинговая	ПК-1 способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних	Знать - Продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь - осуществлять продвижение	Деловая игра

	и персонами с помощью различных каналов коммуникации	коммуникаций ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде	коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации Владеть - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.05	Организация рекламных и PR-агентств	2	Б1.0.02 История Б1.0.08 Экономика Б1.0.09 Социальная психология Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности Б1.0.14 Безопасность жизнедеятельности Б1.В.02 Тайм-менеджмент	Б1.В.ДВ.04.01 Основы разработки и технологии производства рекламного продукта Б1.В.ДВ.04.02 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.06. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**  
Трудоемкость 5 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: овладение теоретическими методами и практическими навыками в организации и проведении маркетинговых исследований.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать комплекс теоретических и практических знаний о маркетинговых исследованиях;
- знать и уметь применять основные методы маркетинговых исследований в профессиональной сфере;
- вооружить обучаемых знаниями, умениями и навыками, необходимыми для организации маркетинговых исследований в профессиональной деятельности;
- научить студентов умению использовать полученные знания о маркетинговых исследованиях для планирования и реализации программ действия в профессиональной сфере РИСО.

Краткое содержание дисциплины: В рамках дисциплины изучаются некоторые проблемы теории и методологии прикладных исследований, рассматривается специфика маркетинговых исследований в современной рыночной среде, юридические и этические нормы при проведении исследований, основные исследовательские методики. Маркетинговые исследования понимаются как специализированные прикладные социально-психологические исследования всех составляющих рыночной среды с акцентом на специфике рынка рекламных услуг, которые являются неотъемлемой частью системы маркетинга. В дисциплине подробно рассматриваются основные этапы проведения исследований, специфические методики, которые прошли проверку на результативность в современной отечественной рыночной среде, комплексные программы исследований для типичных маркетинговых задач. В ходе изучения дисциплины студент должен ознакомиться с научными основами маркетинговых исследований рынка и рыночных процессов, овладеть навыками эффективного планирования, организации проведения маркетинговых исследований.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории или компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-1. маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных	Знать: · продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь: · осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с	Собеседование, экзаменационные тесты

	персонами с помощью различных каналов коммуникации	мероприятий в работе с целевыми группами ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде	социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; Владеть: - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.06.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	5,6	Б1.О.08. Экономика, Б1.О.15. Теория и практика рекламы, Б1.О.16. Теория и практика связей с общественностью, Б1.В.04. Маркетинг в рекламе и связях с общественностью	Б1.В.13. Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах, Б1.О.19. Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий

### 1.4. Язык преподавания: русский

## АННОТАЦИЯ

### к рабочей программе дисциплины

#### Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве

Трудоемкость 6 з.е.

#### 1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: формирование ориентации в современных информационных процессах жизни России, умения творчески исследовать новые реалии и развитие способностей к аналитическому мышлению. Доминирующей тенденцией развития мировой цивилизации на рубеже XX-XXI веков является переход к новому типу социальной организации общества, имеющему информационную и сетевую природу - открытому информационному обществу. Глубокой трансформацией охвачены основные сферы жизнедеятельности социума: взаимодействие с природой; общественные отношения; политическая регуляция. Производство материальных благ, создание культурных ценностей и осуществление власти становятся напрямую зависимыми от технологических возможностей общества, основу которых составляют информационные и коммуникационные технологии.

Краткое содержание дисциплины: формирование мнения о России в информационном пространстве, области телекоммуникационных технологий; создание интерактивных приложений для телекоммуникационных систем; технологии создания программных продуктов для телекоммуникационных систем. Аудиоинформация (звук), видеоинформация; программные средства по созданию мультимедийных продуктов.

#### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
профессиональные компетенции	- ПК-3: технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационн	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта ПК-3.2. Использует	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Уметь - производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств	Собеседование, Защита курсовой работы

	ых и коммуникационных технологий	<p>для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде</p> <p>ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Владеть - навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	
--	----------------------------------	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.07	Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве	3-4	Б1.0.10 Введение в сквозные цифровые технологии	Б1.В.18 Креативные технологии в PR

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.08 Основы копирайтинга**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: подготовка бакалавра, знакомого с основами теории 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.

Краткое содержание дисциплины: курс дисциплины призван привить студентам понимание основ составления рекламных текстов. Интерес, интрига, мотивация к покупке строятся на продающих текстах. Контент таких текстов должен запомниться и оказаться узнаваемым, он должен преодолеть барьер невнимательности, предвзятости, негатива. Поэтому включение в текст рекламного сообщения аллюзий на известные тексты и образы уместно

.Общетеоретический курс включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения фольклорных и литературных сюжетов, до базовых понятий копирайтинга, структуры рекламного сообщения, специфики использования основных элементов текста

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: обскультурные сюжеты и образы, структура рекламного текста. Правила применения заголовков, подзаголовков, слогана, эхо-фраз, ОРТ с УТП. Доказательная база.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к устному опросу, изучение учебной и дополнительной литературы, поиск и анализ примеров рекламных сообщений, создание интернет-презентаций. Составление собственных рекламных сообщений. Участие в фольклорном вечере ФЛФ как допуск к зачету.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-6: Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПК-6.2. Создает информационные	Знать - процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - специфику разных каналов коммуникации Уметь - осуществлять	Таблицы 1-8

	разных каналов коммуникации	<p>поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p>	<p>авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</li> </ul>	
	ПК 7 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологически ми требованиями разных каналов	<p>ПК-7.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта</p> <p>ПК-7.2 Использует основные технологии цифровых коммуникаций для редактирования текстов рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3.</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- процесс осуществления редакторской деятельности в области рекламы, связей с общественностью</li> <li>- технологические требования разных каналов коммуникации</li> </ul> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять редакторскую деятельность</li> <li>- использовать основные технологии цифровых коммуникаций для редактирования текстов рекламы и связей с общественностью</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями</li> </ul>	

		Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции каналаиспользовать цифровые		
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.08	Основы копирайтинга	1	Б1.О.06 Русский язык и культура речи, Б1.В.03 История рекламы и связей с общественностью,	Б1.В.11 Язык и стиль рекламы Б1.В.ДВ.02.01 Тренинг делового общения Б1.В.ДВ.02.02 Основы делопроизводства Б1.В.ДВ.02.03 Блоггинг Б1.В.ДВ.05.01 SMM-продвижение Б2.О.03(П) Преддипломная практика Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

**Цели** изучения дисциплины: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных особенностям применения рекламных и PR-технологий в государственном и муниципальном управлении и выработка у студентов собственных идей по решению проблем организации рекламной и PR-деятельности в данной сфере.

**Краткое содержание дисциплины:** Роль, цели и задачи рекламы и PR в государственной системе. Роль, цели и задачи рекламы и PR в государственной системе. Особенности использования рекламы и PR-технологий в бизнесе и госструктурах. Структура государственного PR-рынка. Лоббизм как средство демократизации органов госуправления. Особенности использования рекламы и PR-технологий в бизнесе и госструктурах. Структура государственного PR-рынка. Лоббизм как средство демократизации органов госуправления.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Организа- ционная	ПК-4: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	ПК-4.1. Создает информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач ПК-4.2. Разрабатывает псевдособытия для создания коммуникационного продукта  ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационного продукта организации целевым группам общественности в	Знать - организацию процесса создания коммуникационного продукта  Уметь - подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов  Владеть - навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов	Устный опрос, доклады, тест, рекламный и PR-проект для госструктур

		оффлайн и онлайн среде		
--	--	---------------------------	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.09	Реклама и связи с общественностью в государственных структурах	3,4	Б1.О.13 Введение в коммуникационные специальности Б1.О.15 Теория и практика рекламы Б1.О.16 Теория и практика связей с общественностью	Б.1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.10 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: состоит в формировании представления о рекламе и связях с общественностью; освоение полученных знаний в процессе осуществления будущей профессиональной деятельности в некоммерческой (социальной) сфере; закрепление на практике сформированных умений для реализации в работе в некоммерческих организациях.

Краткое содержание дисциплины:

Реклама и связи с общественностью функционируют в коммерческих и некоммерческих организациях. Некоммерческие коммуникации – это популярный, но не всегда ясный феномен с точки зрения содержания и результатов реализации. Поэтому, основатель теории социальных коммуникаций Карл Поппер предупреждал об их осторожном применении и настаивал на методах поэтапной, постепенной и частичной деятельности.

Общетеоретический курс дисциплины включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий «некоммерческие организации», «социальная сфера», «реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях» до исследования отдельных областей, представляющих для рекламы и связей с общественностью особый интерес.

В рамках данной дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения некоммерческих организаций, субъекты и объекты рекламы и связей с общественностью социальной сфере, цель и задачи специалистов по рекламе и связям с общественностью в социальной сфере, их функции и принципы работы с целевыми группами.

Особое внимание уделяется теме методологии медиасопровождения в социальной сфере, составления базовых документов для реализации социальных проектов, технологии проектирования и медиасопровождения. Таким образом, в процессе изучения курса у слушателей формируется понимание природы и необходимости осуществления рекламного и PR-сопровождения в социальной сфере в контексте некоммерческих организаций.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Социально-просветительская	ПК-5: способен продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникацион	ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей	Знать процесс продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Уметь осуществлять	План-проспект социального проекта

	ного продукта	с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности ПК-5.3. Опирается на миссию и философию организации при разработке специальных мероприятий с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	продвижение социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Владеть - навыками продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	
--	---------------	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.10	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	2, 3	Б1.0.02 История Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности	Б1.0.19 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью Б1.В.ДВ.06.02 Социальная реклама

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.11 Язык и стиль рекламы**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у студентов навыков создания рекламных текстов, умения разрабатывать рекламные тексты, владеть коммуникативными техниками и лингвистическими приемами создания рекламных текстов в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации.

Краткое содержание дисциплины: основное внимание уделяется анализу рекламного текста с разных методологических позиций; подготовка текстов рекламы с использованием основных технологий копирайтинга в онлайн и офлайн среде.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-6: авторская: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	<p>ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или)</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</li> </ul> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</li> <li>- создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками копирайтинга и</li> </ul>	Рекламный блокнот

		связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	
Профессиональные компетенции	ПК-7 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	<p>ПК-7.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта</p> <p>ПК-7.2 Использует основные технологии цифровых коммуникаций для редактирования текстов рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-7.3. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала использовать цифровые коммуникации</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- процесс осуществления редакторской деятельности в области рекламы, связей с общественностью</li> <li>- технологические требования разных каналов коммуникации</li> </ul> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять редакторскую деятельность</li> <li>- использовать основные технологии цифровых коммуникаций для редактирования текстов рекламы и связей с общественностью</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями</li> </ul>	Контрольная работа

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля),	Семестр	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик
--------	-----------------------------------	---------	---

	практики	изуче ния	на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.11	Язык и стиль рекламы	4	-	Б1.В.ДВ.03.02 Семиотика рекламного текста

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.12. Медиапланирование**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование представлений об основных понятиях и этапах медиапланирования, особенностях использования основных медиа-каналов рекламы, основных требований и подходов к разработке медиа-плана и выбора рекламодателей, планировании рекламной деятельности, информационном обеспечении рекламы, организации и информационном обеспечении рекламной деятельности, формировании рекламного бюджета, проведении контроля и регулировании рекламной деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Медиапланирование как отрасль научного знания. Влияние маркетинговых характеристик объекта на процесс медиапланирования. Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка средств массовой информации. Параметры, влияющие на структуру используемых в медиакампании СМИ. Выбор средств массовой информации. Специфика планирования в различных носителях. Оценка эффективности медиаплана. Медиаисследования.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-1. маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде	Знать: ... продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь: ... осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; Владеть: ... технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами,	Собеседование по вопросам для зачета

			организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.12.	Медиапланирование	7	Б1.О.08. Экономика, Б1.О.15. Теория и практика рекламы, Б1.О.16. Теория и практика связей с общественностью,	Б1.В.13. Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах, Б1.О.19. Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.13 Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: определение общих принципов правового регулирования в работе PR-отделов и пресс-центров; получение знаний о правовых документах, используемых в практике PR-отделов и пресс-центров; обучение студентов планированию работы PR-отделов и пресс-центров.

Краткое содержание дисциплины: данная дисциплина направлена на овладение методами защиты деловой репутации в продуктах средств массовой коммуникации, теоретическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями, обеспечивающими деятельность PR-отделов и пресс-центров, усвоение общих правовых принципов профессиональной деятельности PR-отделов и пресс-центров.

В рамках самостоятельной работы студенты осваивают методы и формы взаимодействия организации с журналистами, с общественностью, с различными структурами.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	- ПК-4: организационная: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	ПК-4.1. Создает информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач  ПК-4.2. Разрабатывает псевдособытия для создания коммуникационного продукта  ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационного продукта	Знать - организацию процесса создания коммуникационного продукта Уметь - подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов Владеть - навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов	реферат

		организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде		
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
<b>Б1.В.13</b>	<b>Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах</b>	4	Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах	Б1.В.16 Реклама и связи с общественностью в политике Б1.В.ДВ.04.01 Основы разработки и технологии производства рекламного продукта Б1.В.ДВ.06.03 Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений Б2.О.02 (П) Профессионально-творческая практика Б3.0.01.(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.14 Организация коммуникационных мероприятий**  
Трудоемкость 5 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование представлений о коммуникационных мероприятиях, умений применять на практике полученные знания для их осуществления мероприятий, владеть методикой подготовки и планирования, практическими навыками разработки в различных сферах.

Краткое содержание дисциплины:

Реклама и связи с общественностью – многогранная маркетинговая деятельность. Особое место в ней занимает организация коммуникационных мероприятий, которые становятся все более востребованы в любой отрасли. Это свидетельствует о том, что бакалаврам рекламы и связей с общественностью необходимы знания и умения в области подготовки, планирования и осуществления в различных сферах. Также необходима и соответствующая теоретическая подготовка, особая учебная дисциплина и соответствующее методическое обеспечение в виде учебников, учебных пособий, сборников кейсов, справочной литературы и т.п.

Курс дисциплины призван привить студентам понимание коммуникационных мероприятий. Общетеоретический курс данной дисциплины включает в себя рассмотрение ряда вопросов, от изучения базовых понятий мероприятий, представляющих для современной коммуникативистики особый интерес.

В рамках данной дисциплины рассматриваются следующие вопросы: теоретические вопросы коммуникационных мероприятий, типология организации, цели, задачи. Особое внимание уделяется разработке и осуществления мероприятий.

Самостоятельная работа студентов подразумевает выполнения различных видов деятельности, посещение различных мероприятий, проводимых в рамках выставок, конференций, презентаций, круглых столов и др., а также составление аналитических отчетов, способствующих развитию критического мышления, умения анализировать потенциальные и актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью и предлагать варианты их решения; подготовку мероприятия и его последующее осуществление; оценку эффективности своей работы.

В программе курса также представлены критерии оценки мероприятия, проведенного студентами в рамках изучения дисциплины, список основной и дополнительной литературы, рекомендуемой в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Проектная	ПК-2: способен участвовать в разработке и реализации индивидуально	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью	Знать - структуру проектирования индивидуального (или) коллективного	Проект организации коммуникационного

	о и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта	проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения Уметь - разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение Владеть - навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения	мероприятия
--	--	--	--	-------------

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.14	Организация коммуникационных мероприятий	4,5	Б1.0.02 История Б1.0.11 Основы проектной деятельности Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности Б1.0.14 Безопасность жизнедеятельности Б1.В.02 Тайм-менеджмент	Б1.0.19 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью Б1.0.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний Б1.В.ДВ.04.01 Основы разработки и технологии производства рекламного продукта Б1.В.ДВ.04.02 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

### 1.4. Язык преподавания: русский



**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б.1.В.15 Имиджелогия**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

**Цели** изучения дисциплины: побуждение студентов к углубленному самостоятельному изучению теоретических и практических материалов, посвященных особенностям формирования персонального имиджа, имиджа компании, товара или услуги и выработка у студентов собственных идей по решению проблем формирования имиджа; формирование у студентов теоретических знаний об имиджелогии, навыков управления персональным, политическим и корпоративным имиджем в различных областях общественно-экономической деятельности.

**Краткое содержание дисциплины:** Теоретические основы имиджелогии. Принципы имиджелогии. Закономерности формирования и функционирования имиджа. Механизмы влияния в процессе формирования имиджа. Структура и типология имиджа. Профессиональный портрет специалиста по имиджу. Методы работы имиджмейкера с клиентом. Технология имиджирования: позиционное представление презентации. Человековедческие технологии в работе имиджмейкера. Разработка и применение стратегий формирования имиджа. Индивидуальный имидж. Имидж руководителя. Корпоративный имидж. Теоретические аспекты разработки имиджа товара или услуги.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Маркетинговая	ПК-1: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами	Знать - Продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации;  Уметь - осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации  Владеть - технологией	Устный опрос, доклады, тест, имиджевый проект

		ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и офлайн среде	продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.15	Имиджелогия	7,8	Б1.О.13 Введение в коммуникационные специальности Б1.О.15 Теория и практика рекламы Б1.О.16 Теория и практика связей с общественностью	Б.1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.16 Реклама и связи с общественностью в политике**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: освоение системы знаний по созданию имиджа публичного политика, политической структуры; привитие студентам знаний, умений и навыков применения рекламы и средств связей с общественностью в сфере политики; привитие знаний и навыков принятия управленческих решений в политической сфере; выработка навыков планирования и проведения избирательных кампаний и целевых политических PR-акций.

Краткое содержание дисциплины: курс дает представление о становлении современной системы коммуникаций политического маркетинга в России, особенностях PR и рекламы в системе маркетинговых коммуникаций в политических кампаниях, формирует понятие о целевых аудиториях PR в политической коммуникации.

В рамках самостоятельной работы студенты приобретают навыки планирования политических кампаний, учатся пользоваться имиджевыми стратегиями по формированию имиджа и мероприятиями по восстановлению имиджа.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
	- ПК-4: организационная: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	ПК-4.1. Создает информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач  ПК-4.2. Разрабатывает псевдосообщения для создания коммуникационного продукта  ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационно	Знать - организацию процесса создания коммуникационного продукта Уметь - подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов Владеть - навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов	Доклад, экзаменационные билеты

		о продукта организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде		
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
<b>Б1.В.16</b>	<b>Реклама и связи с общественностью в политике</b>	5/6	Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах Б1.В.13 Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах Б2.О.02 (П) Профессионально-творческая практика	Б1.В.ДВ.04.01 Основы разработки и технологии производства рекламного продукта Б1.В.ДВ.06.03 Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений Б2.О.02 (П) Профессионально-творческая практика Б3.0.01.(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.17 Креативные технологии в рекламе**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения:

ознакомление студентов с современными концепциями творчества и формирование компетенций руководства творческой деятельностью при решении профессиональных задач, изучение теоретических основ креативного подхода в создании рекламы, освоение основных знаний и умений профессиональной работы, а также раскрытие возможностей ее прикладного применения на медийном рынке г.Якутска.

Краткое содержание дисциплины: Актуальные проблемы теории творчества. Теория творчества, творческой деятельности. Специалист по рекламе и связям с общественностью как творческая личность: творческие способности, творческие качества. Технологии диагностики уровня творческого развития.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: Креативное мышление в рекламе. Методы активации поиска идей. Формулы восприятия. Формирование креативности и обучаемость. Признаки креативности. Эффективность креативных решений

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к устному опросу, проведение первичных видов исследования, групповые методы решения творческих задач. Составление проектной документации (креативный бриф, техническое задание)

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции (технологическая)	ПК-3: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Уметь - производить,	Таблицы 1-8

	коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	<p>ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде</p> <p>ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Владеть - навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
<b>Б1.В.17</b>	<b>Креативные технологии в рекламе</b>	7	Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве	Б1.В.18 Креативные технологии в PR Б1.В.19 Брендинг и фирменный стиль Б1.В.20 Кризисные технологии Б1.В.ДВ.03.01 Современные международные отношения Б1.В.ДВ.04.02 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта Б1.В.ДВ.04.03 Информационная политика в Арктическом регионе (сеть САФУ)

				Б1.В.ДВ.07.03 Язык делопроизводства Б2.О.03(П) Преддипломная практика Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы
--	--	--	--	--

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.18 Креативные технологии в PR**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: ознакомление студентов с современными концепциями творчества и формирование компетенций руководства творческой деятельностью при решении профессиональных задач.

Краткое содержание дисциплины: актуальные проблемы теории творчества. Теория творчества, творческой деятельности PR-специалиста. PR-специалист как творческая личность: творческие способности. PR-специалист как творческая личность: творческие качества. Технологии диагностики уровня творческого развития PR-специалиста. Групповые методы решения творческих задач.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
технологическая	ПК-3: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Уметь - производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Владеть	собеседование

		ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	- навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.18	Креативные технологии в PR	6	Б1.0.18 Теория и практика связей с общественностью	Б1.В.17 Креативные технологии в рекламе

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.19. Бренддинг и фирменный стиль**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения:

- формирование представлений студентов о теоретических аспектах бренддинга, необходимых для принятия управленческих решений, направленных на повышение эффективности коммерческого бренда; разработки стратегического плана его продвижения;
- получение знаний в области теории бренддинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе; формирование понимания специфики территориального бренддинга как коммуникативной технологии, сопровождающей развитие территорий.

Краткое содержание дисциплины: Теоретические аспекты технологии бренддинга. Основные определения, классификация брендов, модели бренддинга, страновой бренддинг. Маркетинговые исследования в бренддинге. Сегментирование потребителей в бренддинге. Позиционирование брендов. Система идентичности бренда. Атрибуты бренда. Правовые основы бренддинга. Основные подходы к разработке портфеля брендов компании. Управление лояльностью потребителей бренда. Марочный капитал. Продвижение брендов. Международный бренддинг ТНК.

Глобальные предпосылки возникновения бренддинга территорий. История возникновения бренддинга территорий. Переход от маркетинга территорий к бренддингу территорий. Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города. Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда. Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде. Инновационные инструменты развития бренда города. Бренддинг территорий как путь к спасению депрессивных регионов.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-3: Технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК-3.2. Использует для реализации	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий  Уметь - производить, обрабатывать и готовить к	Собеседование, экзаменационные билеты

	<p>современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	<p>коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде</p> <p>ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>публичному распространению продукции средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Владеть - навыками создания и последующего распространения общественностью, реализации коммуникационного продукта продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	
--	---	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.19.	Брендинг и фирменный стиль	7,8	Б1.О.08. Экономика, Б1.О.15. Теория и практика рекламы, Б1.О.16. Теория и практика связей с общественностью,	Б1.В.13. Организация работы в PR-отделах и пресс-центрах, Б1.О.19. Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.20. Кризисные технологии**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у студентов теоретико-методологических основ антикризисного управления компанией как субъекта современного рынка, а также других субъектов социального взаимодействия средствами публичных рилейшнз, формирование у них профессиональной компетентности, обеспечивающей их готовность оперативно принимать решения в кризисных ситуациях и способность к выработке нестандартных решений по информационно-коммуникативному обеспечению антикризисного управления.

Краткое содержание дисциплины: Вводная тема. Предмет, цель и задачи курса «Кризисные коммуникации». Кризис как объект теории связей с общественностью. Организационно-технологические основы антикризисного управления в связях с общественностью. Работа с целевыми группами общественности в условиях кризиса. Внутриличностная и межличностная коммуникации в кризисных ситуациях. Человеческий фактор. Коммуникации в условиях кризиса. Медиа-планирование в кризисных коммуникациях. Информационная безопасность и кризис организации. Кризисная PR-программа в системе кризисных коммуникаций. Зарубежный опыт антикризисных коммуникаций.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-3: Технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде  ПК-3.3. Использует современные	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий  Уметь - производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий  Владеть - навыками создания и последующего	Собеседование по вопросам зачета

		технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	распространения общественностью, реализации коммуникационного продукта продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.20.	Кризисные технологии	7	Б1.О.21. Профессиональная этика связей с общественностью и рекламы, Б1.О.22. Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе, Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий	Б1.О.26. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.21 Реклама и связи с общественностью в бизнесе**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: освоение специфики рекламы и PR-деятельности в бизнес среде, формирование практических навыки использования приемов рекламы и PR-технологий в этой сфере. Подготовка бакалавров для работы в отделах по связям с общественностью коммерческих организаций.

Краткое содержание дисциплины: мониторинг факторов внутренней и внешней среды хозяйственной организации; планирование рекламных и информационных кампаний, направленных на обеспечение высокой конкурентоспособности фирмы и производимой ею продукции и услуг; организация и проведение запланированных мероприятий по продвижению товаров и услуг предприятия; консалтинг с целью координации производственных процессов в интересах стратегического развития фирмы.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
профессиональные компетенции	ПК-1 маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами  ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными	Знать - Продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь - осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации Владеть - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами,	собеседование

		целевыми группами в онлайн и оффлайн среде	организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.21	Реклама и связи с общественностью в бизнесе	7-8	Б1.О.24 Психология рекламы и связей с общественностью Б1.О.25 Организация и проведение коммуникационных кампаний	-

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.01.01 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту**

**Целью** элективных дисциплин (модуля) по физической культуре и спорту является формирование общекультурных компетенций: способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**Задачами** курсов являются:

- сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
- понимание социальной значимости прикладной физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно - биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно- ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений;
- совершенствования спортивного мастерства студентов – спортсменов.

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту относятся к базовой части части учебного плана, и составляет самостоятельный раздел.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для	УК-7.1 Обосновывает выбор здоровьесберегающей технологии для поддержания здорового образа	<b>Знать:</b> - определение и составляющие компоненты здорового образа жизни -особенности использования средств	Тесты определения общей физической подготовленности

	<p>обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности</p>	<p>жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности</p> <p>УК-7.2 Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности</p> <p>УК-7.3 Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности</p> <p>УК-7.4 Устанавливает соответствие выбранных средств и методов укрепления здоровья, физического самосовершенствования показателям уровня физической подготовленности</p> <p>УК-7.5 Определяет готовность к выполнению нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО</p>	<p>физической культуры для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья</p> <p>-требования и нормативы Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО</p> <p>-факторы, формирующие здоровье человека</p> <p>-основы профилактики болезней, факторы риска хронических заболеваний</p> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать средства физической культуры для оптимизации работоспособности и укрепления здоровья</li> <li>- выбирать доступные и оптимальные методики для поддержания уровня физической подготовленности и укрепления здоровья</li> <li>- грамотно пользоваться полученными знаниями о путях и средствах коррекции факторов риска, наносящих ущерб здоровью</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-методикой выполнения физических упражнений и самоконтроля за состоянием своего здоровья</li> <li>- техникой выполнения нормативов Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО (по ступеням)</li> <li>- двигательными навыками, повышающими функциональные</li> </ul>	<p>студентов</p>
--	---	---	---	------------------

			возможности физическую подготовленность обеспечения полноценной социальной профессиональной деятельности	и для и
--	--	--	---	---------------

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.01.01	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	1,3,4,5,6		Б1.О.04 - Безопасность жизнедеятельности

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.02.01Тренинг делового общения**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: овладеть основами культуры общения, методикой работы тренинга в контексте делового общения, некоторыми базовыми техниками, позволяющими повысить профессиональную компетентность студентов и расширить их представление о деловой коммуникации, основанной, на использовании деловых и сюжетно-деловых игр.

Краткое содержание дисциплины: изучение курса «Тренинг делового общения» должен быть основано на базе знания Психологии личности, Психологии восприятия и Социальной психологии, полученных студентами на первом, втором и третьем году обучения и предусмотренных планом изучения специалистов данного профиля. В свою очередь знания, приобретенные слушателями данного курса, послужат при изучении психологического консультирования и проведения психологической работы в группах разного профиля и различных вариантов тренинговых программ.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональная компетенция	ПК-6: авторская: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного	Знать - процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - специфику разных каналов коммуникации Уметь - осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - создавать инфоповоды для проектов и	собеседование

		<p>опыта</p> <p>ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p>	<p>кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Владеть - навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.02.01	Тренинг делового общения	8	Б1.О.09 Социальная психология Б1.В.01 Культурология Б1.О.24 Психология рекламы и связей с общественностью	-

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.02.02 Основы делопроизводства**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у студентов навыков осуществления авторской и редакторской деятельности по созданию текстов рекламы и связей с общественностью и иного коммуникационного продукта в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации; владеть навыками создания и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации

Краткое содержание дисциплины: способы документирования; унификация и стандартизация документов; оформление организационно-распорядительных документов; документационное обеспечение управления, требования к документообороту; организация оперативного хранения документов.

Курс дисциплины призван привить студентам понимание основ делопроизводства.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-6: авторская: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта  ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии	Знать - процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - специфику разных каналов коммуникации Уметь - осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью Владеть - навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного	Редактирование документооборота

		копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	коммуникационного продукта	
--	--	--	-------------------------------	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.02.02	Основы делопроизводства	8	Б1.0.22 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе	-

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.02.03 Блоггинг**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: сформировать у студентов представления и знания о создании, ведении, продвижении корпоративного блога, снабдить студентов инструментами использования блогов в деятельности СМИ

Краткое содержание дисциплины:

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности. Программа предназначена для студентов 4 курса направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки бакалавра, изучающих дисциплину «Блоггинг». Выпускник, освоивший дисциплину, должен знать теоретические основы работы журналиста в блогосфере; типологию блогов; общее и отличное блогов от СМИ; уметь анализировать материалы блогосферы; выявлять особенности гражданской и профессиональной журналистики в блогосфере; анализировать блоги профессиональных журналистов; владеть методами анализа информации в блогосфере способами анализа материалов блогеров с точки зрения гражданской независимой журналистики; методами анализа журналистских блогов; практическими навыками создания и ведения блога и демонстрировать способность и готовность применять полученные знания на практике.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
авторский	ПК-6: авторская: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и	Знать - процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - специфику разных каналов коммуникации Уметь - осуществлять авторскую деятельность по созданию текста	Собеседование

	коммуникации	<p>проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p>	<p>рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</li> </ul>	
--	--------------	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.0 2.03	Блоггинг	8	<p>Б1.0.17 Теория и практика медиакоммуникаций</p> <p>Б1.0.18 Теория и практика массовой информации</p> <p>Б1.0.22 Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе</p> <p>Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве</p> <p>Б1.В.12 Медиапланирование</p>	

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.03.01. Современные международные отношения**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: дать развернутое представление об основных проблемах и тенденциях современных международных отношений, о механизмах регулирования международных процессов, о вопросах национальной безопасности в политическом контексте, глобализации и интернационализации международной жизни. Сформировать у студентов комплексное видение современных международных процессов. Познакомить с основными направлениями внешнеполитической стратегии России и перспективами ее развития; с теоретическими основами, принципами и особенностями взаимодействия политических, экономических и военных факторов в международных отношениях. В цели курса также входит формирование у студентов понятий о научной терминологии, связанной с теоретическими подходами и практикой реализации внешней политики.

Краткое содержание дисциплины: Основные теоретические понятия курса. Проблемы международных отношений и внешней политики в истории социально-политической мысли. Геополитические концепции международных отношений. Теоретические исследования международных отношений в политической науке 40-60-х гг. XX в. Развитие теории международных отношений в 70-90-е гг. XX в. Теоретические дискуссии по проблемам международных отношений после окончания холодной войны. Основные параметры современной системы международных отношений. Проблема глобализации в международных отношениях. Политико-правовой режим современных международных отношений. Международные организации как механизмы урегулирования международных отношений. Современная дипломатия как средство регулирования международных отношений. Россия в современном мире: внешнеполитический потенциал, интересы, вызовы безопасности. Эволюция внешней политики России в 90-е гг. США в современном мире. Российско-американские отношения. Международные отношения в Европе. Европейское направление во внешней политике России. Международные отношения на постсоветском пространстве. Внешняя политика России в отношении стран СНГ и Балтии. Международные отношения в Ахзиатско-тихоокеанском регионе. Внешняя политика России в АТР. Международные отношения в Южной Азии. Политика России в регионе. Внешняя политика России на Ближнем и Среднем Востоке.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-3: Технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных	Тесты

	<p>массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	<p>общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарелейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде</p> <p>ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>технологий</p> <p>Уметь - производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Владеть - навыками создания и последующего распространения общественностью, реализации коммуникационного продукта продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.03.01.	Современные международные отношения	5	Б1.О.02. История, Б1.О.08. Экономика	Б1.В.ДВ.05.02. Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ)

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.03.02 Семиотика рекламного текста**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у студентов навыков проведения сравнительного анализа первичной и вторичной моделирующих систем, проводить анализ языковой и изобразительной семиотических систем. Уметь составлять семиотический анализ рекламного сообщения; проводить комплексный анализ рекламного объекта. Владеть навыками продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы и иных коммуникационных продуктов

Краткое содержание дисциплины: Понятие текста в семиотике; понятие знака в семиотике; понятие о первичных и вторичных моделирующих системах. Уровни восприятия текста. Процесс интерпретирования. Типы бинарных отношений семиотического текста. Типы знаков в семиотике. Семиотизация пространства как одна из функций рекламы в современном обществе.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-5 социально-просветительская: способен продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы  ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности  ПК-5.3. Опирается	Знать процесс продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Уметь осуществлять продвижение социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов Владеть навыками продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и	Создание и осуществление продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы.

		на миссию и философию организации при разработке специальных мероприятий с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта	иных коммуникационных продуктов	
--	--	---	---------------------------------	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.03.02	Семиотика рекламного текста	5	Б1.В.11 Язык и стиль рекламы	Б1.В.17 Креативные технологии в рекламе

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.03.03 ART-технологии в продвижении территории (сеть САФУ)**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Целью освоения дисциплины «ART-технологии в продвижении территории» являются выявление специфики использования арт-технологий в презентации и продвижении среды, а также определении основных направлений их эффективного применения в различных практиках специалистов по вопросам рекламы и связям с общественностью.

- Арт-технологии: особенности взаимодействия искусства и технологий. Роль мультимедиа технологий в преобразовании культурной среды. Цифровое искусство в презентации территории: видео-арт, сетевое искусство, анимация. Publicart как форма современных культурных практик: особенности искусства в общественном пространстве. Лэнд-арт: ландшафтная архитектура как средство формирования среды открытых пространств. Конструирование моделей изменения и презентации культурной среды городов. Основные проблемы и перспективы презентация культурной событийности с помощью арт-технологий; возможности арт-технологий в продвижении территории.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ПК-1 маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1 маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн	Знать -Продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь -осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации Владеть - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами,	

		и оффлайн среде	организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	
--	--	-----------------	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.03.03	ART-технологии в продвижении территории	5	Б1.В.ДВ.05.02 Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ) Б1.В.ДВ.06.02 Социальная реклама	Б1.В.ДВ.06.03 Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений Б1.В.19 Брендинг и фирменный стиль

### 1.4. Язык преподавания: русский



## АННОТАЦИЯ

### к рабочей программе дисциплины

#### Б1.В.ДВ.04.01 Основы разработки и технологии производства рекламного продукта

Трудоемкость 3 з.е.

#### 1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: овладение базовыми теоретическими знаниями в сфере позиционирования, копирайтинга, тестирования рекламных продуктов, Планировать собственную работу в составе коллектива исполнителей, осуществлять самоконтроль изготовления рекламной продукции в части соответствия ее рекламной идее, готовить документы для регистрации авторского права на рекламный продукт

Краткое содержание дисциплины: этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в эфире и канала распространения рекламы. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта.

#### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
профессиональные компетенции	- ПК-4: организационная: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	ПК-4.1. Создает информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач  ПК-4.2. Разрабатывает псевдособытия для создания коммуникационного продукта  ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационного продукта организации целевым	Знать - организацию процесса создания коммуникационного продукта Уметь - подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов Владеть - навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов	собеседование

		группам общественности в оффлайн и онлайн среде		
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.04.01	Основы разработки и технологии производства рекламного продукта	5	Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве Б1.В.ДВ.03.02 Семиотика рекламного текста	-

### 1.4. Язык преподавания: русский

## АННОТАЦИЯ

### к рабочей программе дисциплины

#### Б1.В.ДВ.04.02 Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта

Трудоемкость 3 з.е.

#### 1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины

Цель освоения: сформировать у студентов умения составлять планы и графики деятельности по разработке и техническому исполнению рекламного продукта; работать с рекламой в средствах массовой информации; проводить процедуры согласования макетов рекламного продукта с заказчиком; проводить презентацию рекламного продукта; подготавливать авторскую документацию для регистрации авторских прав.

Краткое содержание дисциплины: этапы создания рекламы. Пути решения рекламной задачи. Особенности создания рекламных продуктов в эфире и канала распространения рекламы. Производство рекламного продукта. Согласование концепции рекламного продукта с заказчиком. Презентация рекламного продукта.

#### 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
профессиональные компетенции	- ПК-3: технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий	ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта  ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования	Знать - производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий Уметь - производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и	собеседование

		<p>В онлайн и оффлайн среде</p> <p>ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>коммуникационных технологий</p> <p>Владеть</p> <p>- навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.04.02	Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	6	Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве Б1.В.ДВ.03.02 Семиотика рекламного текста Б1.В.ДВ.04.01 Основы разработки и технологии производства рекламного продукта	-

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.04.03 Информационная политика в Арктическом регионе (сеть САФУ)**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Целями освоения дисциплины Б1.В.ДВ.04.03 «Информационная политика в Арктическом регионе» являются:

- формирование понимания факторов и моделей реализации информационной политики как особого типа деятельности социального субъекта;
- формирование знания специфики государственной информационной политики как деятельности системы органов государственной власти в информационно-психологической сфере;
- формирование знания особенностей реализации государственной и негосударственной информационной политики в современной России.

«Информационная политика в Арктическом регионе» – одна из дисциплин базовой части учебного плана, она изучается в первом семестре третьего курса (в пятом семестре).

Специалист в области рекламы и связей с общественностью должен иметь представление о таком феномене социальных отношений, как информационная политика, а также о том, как деятельность по связям с общественностью и рекламы встраивается в систему информационной политики, реализуемой органами государственной власти и негосударственными структурами. Любая информационная политика (государственная и негосударственная) есть не что иное, как комплексная стратегия управления в информационно-психологической сфере. Поэтому PR-специалисту (и прежде всего ему) важно знать, с помощью каких мер органы исполнительной и законодательной власти Российской Федерации (на федеральном и региональном уровнях) реализуют данную стратегию управления. PR-специалисту необходимо знать, как формируют и реализуют свою информационную политику редакции российских средств массовой информации (коммуникации). Наконец, ему следует понимать, какую роль в развитии сферы информационной политики играют информационные войны. Таким образом, в ходе освоения учебной дисциплины «Информационная политика в Арктическом регионе» студенты приобретают знания и формируют умения, являющиеся актуальными для их профессиональной деятельности.

Данная дисциплина призвана сформировать знания студентов о факторах и моделях реализации информационной политики, о специфике государственной информационной политики. Специалист в области рекламы и связей с общественностью должен понимать особенности реализации государственной и негосударственной информационной политики в современной России и в соответствии с таким пониманием выстраивать стратегию и тактику своей деятельности.

В конечном итоге дисциплина «Информационная политика в Арктическом регионе» направлена на развитие информационной компетентности студентов.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
---	--	-----------------------------------	---	--------------------

<p>Технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	<p>ПК-3: технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p>	<p>ПК-3.1. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде</p> <p>ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	<p>Знать</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производственный процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</li> </ul> <p>Уметь</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</li> </ul>	<p>Творческое задание, коллоквиум, собеседование</p>
--	--	---	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается	для которых содержание данной

			содержание данной дисциплины (модуля)	дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.04.03	Информационная политика в Арктическом регионе (сеть САФУ)	5	Б1.В.ДВ.05.02 Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ) Б1.В.ДВ.06.02 Социальная реклама	Б1.В.16 Реклама и связи с общественностью в политике Б1.В.ДВ.06.03 Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.05.01 SMM-продвижение**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование представлений о современных моделях развития и функционирования социальных медиа и получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа (SMM).

Краткое содержание дисциплины:

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности. Программа предназначена для студентов 3 курса направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» подготовки бакалавра, изучающих дисциплину «SMM-продвижение». В результате освоения дисциплины студенты получают представление об основных средствах и инструментах продвижения и продаж в Интернете, инструментах лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии; они учатся уметь делать выбор среди современных инструментов интернет-маркетинга для реализации кратко-, средне- и долгосрочных маркетинговых задач организации, настраивая различные системы интернет-рекламы и веб-аналитики; а также особое внимание уделяется формированию навыков владения методами анализа эффективности результатов деятельности компании в Интернете.

На итоговом контроле студент должен продемонстрировать знание основных средств и инструментов продвижения и продаж в Интернете, инструментов лидогенерации, SEO – оптимизации, повышения конверсии, SMM и веб-аналитики.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
авторский	ПК-6: авторская: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики	ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта  ПК-6.2. Создает информационные поводы для	Знать  - процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - специфику разных каналов коммуникации Уметь  - осуществлять авторскую деятельность	Творческое задание

	разных каналов коммуникации	<p>кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта</p> <p>ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.</p>	<p>по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</li> </ul>	
--	-----------------------------	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.0 5.01	SMM-продвижение	6	<p>Б1.0.13 Введение в коммуникационные специальности</p> <p>Б1.В.04 Маркетинг в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Б1.0.17 Теория и практика медиакоммуникаций</p> <p>Б1.0.18 Теория и практика массовой информации</p> <p>Б1.В.07 Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве</p>	

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.05.02. Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ)**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: знание проблематики межкультурной коммуникации, её природы; формирование основ коммуникативной компетентности будущих специалистов в сфере межкультурных коммуникаций, подготовка их к профессиональной деятельности в условиях поликультурной среды.

Краткое содержание дисциплины: . Теоретические основы межкультурной коммуникации. Возникновение и развитие межкультурной коммуникации. Вербальные и невербальные составляющие межкультурной коммуникации. Проблема восприятия и понимания в межкультурной коммуникации Арктического региона. Конфликт в процессах межкультурной коммуникации Арктического региона. Методы обучения межкультурной коммуникации. Межкультурные коммуникации в различных видах деятельности в Арктическом регионе. Специфика PR-деятельности в сфере внутренних коммуникаций организаций Арктического региона. Особенности PR-деятельности в сфере внешних коммуникаций организаций Арктического региона.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-2 проектная: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью  ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью  ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта	Знать: - структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения Уметь: - разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы рекламы и связей с общественностью и его продвижение исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта и связей с общественностью и	Тесты

			<p>осуществлять его продвижение</p> <p>Владеть:  - навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.05.02.	Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ)	6	Б1.О.02. История, Б1.О.08. Экономика	Б1.О.25. Организация и проведение коммуникационных кампаний, Б1.В.12. Медиапланирование

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.05.03 Основы стратегических коммуникаций**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения:

**Целью** изучения дисциплины «Основы стратегических коммуникаций» является формирование у бакалавров компетенций, позволяющих им успешно ориентироваться в теоретико-методологических основах управления стратегическими коммуникациями в различных сферах общественной жизни.

Краткое содержание дисциплины:

- уяснение сути стратегических коммуникаций как парадигмы современного информационного общества;
- формирование представлений об информационном обществе как социальном феномене, его природе, социально-исторических и научных основах;
- уяснение сути стратегических коммуникаций в коммуникативных практиках: связях с общественностью, рекламе и маркетинге;
- Формирование представлений о теоретических основах стратегических коммуникаций в государственном секторе и сфере бизнеса, а также в социальной сфере;

формирование представления об особенностях стратегических коммуникаций в СМК.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к устному опросу, проведение первичных видов исследования, изучение учебной литературы и формирование компетенций.

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции (маркетинговая)	ПК-1 Способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных	Знать - Продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь - осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов	Таблицы 1-8

		<p>мероприятий в работе с целевыми группами</p> <p>ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде</p>	<p>коммуникации</p> <p>Владеть - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
<b>Б1.В.ДВ.05.03</b>	<b>Основы стратегических коммуникаций</b>	6	<p>Б1.В.04 Маркетинг в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Б1.В.05 Организация рекламных и PR-агентств</p> <p>Б1.В.06 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p> <p>Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах</p> <p>Б1.В.10 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях</p> <p>Б1.В.12 Медиапланирование</p> <p>Б1.В.15 Имиджелогия</p> <p>Б1.В.16 Реклама и связи с общественностью в политике</p> <p>Б1.В.21 Реклама и</p>	<p>Б1.В.ДВ.06.01 Сторителлинг</p> <p>Б1.В.ДВ.06.02 Социальная реклама</p> <p>Б2.О.02(П) Профессионально-творческая практика</p> <p>Б2.О.03(П) Преддипломная практика</p> <p>Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

			связи с общественностью в бизнесе Б1.В.ДВ.03.03 Арт- технологии в продвижении территории (сеть САФУ)	
--	--	--	---	--

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.06.01 Сторителлинг**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: формирование у студентов навыков создания коммуникационного продукта организации с помощью основных приемов и технологий сторителлинга.

Краткое содержание дисциплины: Цель, задача, миссия, сфера применения, ключевые параметры сторителлинга. Социальный и политический контекст возникновения сторителлинга. Основные приемы сторителлинга. Технология сторителлинга

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции	ПК-1 маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами  ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде	Знать - Продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь - осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации Владеть - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Создание и продвижение коммуникационного продукта с применением основных технологий в работе с целевыми группами

--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.0 6.01	Сторителлинг	6	Б1. В.11 Язык и стиль рекламы	-

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.06.02 Социальная реклама (сеть СВФУ)**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения:

Целью изучения курса "Социальная реклама" является усвоение системы знаний в области рекламы как теоретической и прикладной дисциплины, основных этапов, школ и форм ее развития; особенностей российской социальной рекламы, а также современных методов и методик исследования общественных явлений и процессов, умения применять их на практике; а также формирование у будущих специалистов в области рекламы способности осуществлять

Социальная реклама как некоммерческая форма коммуникации призвана выражать общественные и государственные интересы и содействовать достижению благотворительных целей. Исходя из этой своей природы, она оказывается в близком "родстве" с теми публичными коммуникациями, что располагаются в поле практики public relations.

В рамках дисциплины рассматриваются следующие вопросы: история возникновения, российские и международные организации, теоретические основы создания соц.рекламы, примеры проведения рекламных мероприятий социальной направленности.

Самостоятельная работа студентов подразумевает подготовку к устному опросу, мониторинг социальной рекламы в интернет, исследование условий проведения и участия в фестивалях и конкурсах социальной рекламы, создание собственного проекта на социальную тему..

В программе курса представлен список основной и дополнительной литературы, рекомендуемые в ходе изучения дисциплины.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Профессиональные компетенции (маркетинговая)	ПК-1 Способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций  ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми	Знать - Продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации; Уметь - осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации Владеть	Таблицы 1-8

		<p>группами</p> <p>ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде</p>	<p>- технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
<b>Б1.В.ДВ.06.02</b>	<b>Социальная реклама</b>	6	<p>Б1.В.04 Маркетинг в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Б1.В.05 Организация рекламных и PR-агентств</p> <p>Б1.В.06 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p> <p>Б1.В.09 Реклама и связи с общественностью в государственных структурах</p> <p>Б1.В.10 Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях</p> <p>Б1.В.12 Медиапланирование</p> <p>Б1.В.15 Имиджелогия</p> <p>Б1.В.16 Реклама и связи с общественностью в политике</p> <p>Б1.В.21 Реклама и связи с общественностью в</p>	<p>Б2.О.02(П) Профессионально-творческая практика</p> <p>Б2.О.03(П) Преддипломная практика</p> <p>Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы</p>

		бизнесе Б1.В.ДВ.03.03 Арт- технологии в продвижении территории (сеть САФУ) Б1.В.ДВ.05.03 Основы стратегических коммуникаций Б1.В.ДВ.06.01 Сторителлинг	
--	--	---	--

**1.4. Язык преподавания:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.06.03 Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений**  
Трудоемкость 3 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения: приобретение студентами профессиональных знаний и навыков, обеспечивающих возможность высококвалифицированного участия выпускника вуза в многогранной деятельности предприятий сферы туризма и гостеприимства.

Краткое содержание дисциплины: ознакомление с индустрией развлечений, типами и видами предприятий индустрии развлечений; - привитие навыков творческой деятельности; - расширение кругозора благодаря обзорным лекциям по истории театральных жанров, по видам и формам зрелищ; - привитие некоторых навыков анализа культурно-массовых мероприятий; - привитие практических навыков общения и управления аудиторией.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
профессиональные компетенции	- ПК-4: организационная: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта	ПК-4.1. Создает информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач  ПК-4.2. Разрабатывает псевдосообщения для создания коммуникационного продукта  ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационного продукта организации целевым группам	Знать - организацию процесса создания коммуникационного продукта Уметь - подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов Владеть - навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов	Защита проекта

		общественности в оффлайн и онлайн среде		
--	--	---	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семе стр изуче ния	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.0 6.03	Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений	6	Б1.О.09 Социальная психология Б1.В.01 Культуролог ия Б1.О.24 Психология рекламы и связей с общественностью	-

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.07.01 Деловой иностранный язык**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Целью освоения дисциплины (модуля) «Деловой английский» является обучение деловому английскому: составлению деловых писем и документов, изучению стандартных фраз и оборотов в переписке, ведению коммерческой коммуникации. Особое внимание уделяется текстуальному и ситуативному подходу к изучаемому материалу. Это предполагает, в первую очередь, освоение грамматических и лексических трудностей, с которыми приходится чаще всего сталкиваться при ведении коммерческой коммуникации и переводе деловой корреспонденции, а также способы их преодоления.

Настоящая программа предназначена для студентов бакалавриата по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Интегрированные коммуникации», имеющих подготовку по английскому языку.

Краткое содержание дисциплины: Дисциплина состоит всего из 14 модулей (из них: 6 модулей для практических занятий, 8 модулей для СРС). В этих модулях рассматриваются коммерческая переписка и коммуникация, контракты и их исполнение, агентские услуги, претензии и их урегулирование.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стили общения с учетом требований современного этикета УК-4.2 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения УК-4.3 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном РФ	Знать: -языковые средства общения (иностранной язык) в диапазоне общеевропейских уровней В1-В2 -основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ -основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации -технологии осуществления перевода как инструмента	Тест, устный опрос

		<p>и иностранном языках в деловой, публичной сферах общения</p> <p>УК-4.4 Выполняет перевод публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые)</p> <p>УК-4.5 Публично выступает на государственном языке РФ, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p> <p>УК-4.6 Осуществляет устную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) в разных сферах общения</p>	<p>межкультурной деловой и профессиональной коммуникации</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)</li> <li>-вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)</li> <li>-выполнять полный и выборочный письменный перевод профессионально значимых текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского на иностранный(ые) язык(и)</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами</li> <li>-навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации,</li> </ul>	
--	--	---	---	--

			<p>учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>-навыками перевода публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный(ые) язык(и)</p> <p>-навыками публичного выступления на государственном языке РФ</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.07.01	Деловой иностранный язык	8	Б1.О.03 Иностранный язык	-

### 1.4. Язык преподавания: английский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.В.ДВ.07.02 Риторика**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель дисциплины: является развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации; умения логично формулировать, излагать и аргументировано отстаивать собственное видение проблем и способов их разрешения; овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога. Задачи изучения дисциплины состоят в уяснении предмета риторики, изучении основных этапов классического риторического канона и законов мышления; решение практических кейсов, позволяющих углубить знания по изучаемой дисциплине, приобрести навыки практического применения правил и приемов риторики в устной и письменной речи.

Краткое содержание: Дисциплина занимает важное место в системе подготовки специалистов для МЧС России и способствует формированию устойчивой мировоззренческой позиции, риторической культуры и умению анализировать сложнейшие социальные процессы становления российского общества и государства. Формирование умений и навыков по риторике предполагают развитие коммуникативных способностей специалиста, совершенствование навыков публичного выступления, что является залогом успеха в будущей профессиональной деятельности.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Коммуникация	УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стили общения с учетом требований современного этикета УК-4.2 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения УК-4.3 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном РФ	<b>Знать:</b> - языковые средства общения (иностраннй язык) в диапазоне общеевропейских уровней; - основные понятия культуры речи, риторики, функциональной стилистики; языковые нормы, стилистическую дифференциацию государственного языка РФ; - основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации; -технологию осуществления перевода как инструмента	Контрольные задания, устный опрос

		<p>и иностранном языках в деловой, публичной сферах общения</p> <p>УК-4.4 Выполняет перевод публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского языка на иностранный(ые)</p> <p>УК-4.5 Публично выступает на государственном языке РФ, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p> <p>УК-4.6 Осуществляет устную коммуникацию на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах) в разных сферах общения</p>	<p>межкультурной деловой и профессиональной коммуникации;</p> <p><b>Уметь:</b></p> <p>-использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>выполнять полный и выборочный письменный перевод профессионально значимых текстов с иностранного(ых) языка(ов) на русский, с русского на иностранный(ые) язык(и);</p> <p><b>Владеть:</b></p> <p>навыками составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами;</p> <p>навыками ведения устной и письменной деловой коммуникации,</p>	
--	--	---	--	--

			<p>учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах);</p> <p>- навыками перевода публицистических и профессиональных текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык РФ и с государственного языка РФ на иностранный(ые) язык(и);</p> <p>- навыками публичного выступления на государственном языке РФ</p>	
--	--	--	---	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б1.В.ДВ.0 7.02	Риторика	8	Б1.О.06 Русский язык и культура речи, Б1.О.01 Философия, Б1.О.07 Основы права, Б1.О.02 История, Б1.В.01 Культурология	

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе дисциплины**  
**Б1.ДВ.2.3 Язык делопроизводства**  
Трудоемкость 2 з.е.

**1.1. Цель освоения и краткое содержание дисциплины**

Цель освоения – дать необходимые знания о системе делопроизводства в Российской Федерации, о требованиях, предъявляемых к составлению и оформлению документов: сформировать навыки письменного делового общения.

Краткое содержание дисциплины: Официально-деловой стиль, сфера его функционирования, жанровое разнообразие. Языковые формулы официальных документов. Интернациональные свойства русской официально-деловой письменной речи. Язык и стиль распорядительных документов. Язык и стиль коммерческой корреспонденции. Язык и стиль инструктивно-методических документов. Реклама в деловой речи. Правила оформления документов. Речевой этикет в документе.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Коммуникация	УК4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах)...	УК-4.1 Выбирает на государственном и иностранном языках коммуникативно приемлемые стили общения с учетом требований современного этикета  УК-4.2 Осуществляет устное и письменное взаимодействие на государственном языке РФ в научной, деловой, публичной сферах общения	Знать: – основные стили и жанры письменной и устной деловой коммуникации Уметь: – использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)  – вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая	Индивидуальные и групповые исследования (выступления с докладами), разработка и проведение тренингов, изучение и конспектирование теоретической литературы. Устный контрольный опрос (зачет)

			<p>стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные – использовать необходимые вербальные и невербальные средства общения для решения стандартных задач делового общения на государственном языке РФ и иностранном(ых) языке(ах)</p> <p>– вести устную и письменную деловую коммуникацию, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ</p> <p>Владеть:</p> <p>– навыками составления текстов коммуникативно приемлемых стилей и жанров устного и письменного делового общения, вербальными и невербальными средствами взаимодействия с партнерами</p> <p>– навыками ведения устной и</p>	
--	--	--	--	--

			письменной деловой коммуникации, учитывая стилистические особенности официальных и неофициальных текстов, социокультурные различия на государственном языке РФ	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место дисциплины в структуре ОПОП

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной дисциплины (модуля) выступает опорой
Б.1.ДВ.2.3	Язык делопроизводства	УЧП	Б.1.О.06 Русский язык	Б1. ДВ.3.1 Введение в межкультурную коммуникацию

### 1.4. Язык преподавания: русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к программе учебной практики**  
**Б2.О.01(У). Учебная профессионально-ознакомительная практика**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения, краткое содержание, место, способ и форма проведения практики**

Цель освоения: закрепление и углубление знаний, полученных студентом в период теоретического обучения, приобретение необходимых умений, навыков и опыта практической работы по изучаемой специальности, а именно: закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин; изучение организационной структуры предприятия и действующей в нем системы управления; ознакомление с содержанием основных работ и исследований, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики; развитие и накопление специальных навыков, изучение и участие в разработке информационно-рекламных материалов; принятие участия в конкретном производственном процессе или исследованиях; усвоение приемов, методов и способов обработки, представления и интерпретации результатов проведенных практических исследований; приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах и т.д.

Краткое содержание практики: ознакомиться со структурой и задачами конкретной организации, основными формами и методами работы в трудовом коллективе подразделения, усвоить функциональные обязанности и нормы профессиональной этики работы в трудовом коллективе.

Задачи учебной практики:

- знакомство и наглядное наблюдение за работой структурного подразделения, его структурой, функциональными обязанностями сотрудников;
- изучение опыта деятельности коллектива, освоение норм и правил коллективного труда в организации;
- осмотр и изучение технической базы сбора, хранения и обработки информации в отделе;
- выработка навыков поддержания деловых отношений и делового общения с коллегами отдела и смежных подразделений;
- закрепление и углубление полученных во время обучения теоретических знаний;
- наблюдение и участие в процессе осуществления подразделением коммуникации с внешними аудиториями;
- отработка навыков работы с бумажной документацией, знакомство с документооборотом в организации в целом.

Место проведения практики: структурные подразделения по связям с общественностью органов государственной власти и местного самоуправления; организации (фирмы), специализирующиеся на деятельности рекламы (рекламные агентства, рекламные группы, рекламные дизайн-студии, узкопрофильные агентства (медиабаинговые агентства, медиасейлеры) и связей с общественностью или приравненные к ним администрацией вуза (факультета); предприятия, компании, имеющие в своем составе отделы рекламы и связей с общественностью; коммуникационные группы (полного цикла), редакции газет, радио и телевидения, пресс-центры и др.; рекламные подразделения средств массовой информации.

Способ проведения практики: стационарная. Все практики являются стационарными, которые проводятся на базе СВФУ или на местах практик, предоставленных организациями в соответствии с договорами об организации практик, расположенных на территории города или республики.

Форма проведения: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Универсальные	УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения</p> <p>УК-1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности системного и критического мышления;</li> <li>- методы постановки и решения задач;</li> <li>- правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей</li> <li>оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности</li> <li>систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задачи</li> <li>выявлять системные связи между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы</li> <li>находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи</li> <li>применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности</li> </ul> <p>Владеть:</p>	

	<p>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</p>	<p>УК-2.1. Выявляет и описывает проблему  УК-2.2. Определяет цель и круг задач  УК-2.3. Предлагает и обосновывает способы решения поставленных задач  УК-2.4. Устанавливает и обосновывает ожидаемые результаты  УК-2.5. Разрабатывает план на основе имеющихся ресурсов в рамках действующих правовых норм  УК-2.6. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач  УК-2.7. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования</p>	<p>- методами поиска, критического анализа и синтеза информации;  - методом системного подхода для решения поставленных задач;  - навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- о правах человека и гражданина, их защите, о требованиях противодействия терроризму, экстремизму и коррупции;</li> <li>- о правовых и экономических основах разработки и реализации проектов;</li> <li>- технологию проектной деятельности;</li> <li>- региональные особенности северных и арктических территорий РФ в рамках проектных задач;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать и применять алгоритм достижения поставленной цели;</li> <li>- выявлять оптимальный способ решения задачи;</li> <li>- рационально распределять время по этапам решения проектных задач;</li> <li>- оформлять проект в виде документа в соответствии со стандартами;</li> <li>- достигать результативности проекта;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правилами разработки проектов</li> <li>- навыками работы с правовыми и нормативными документами, применяемыми в профессиональной деятельности;</li> </ul>	
--	---	--	---	--

	<p>УК-6: Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Обосновывает выбор инструментов и методов рационального управления временем при выполнении конкретных задач при достижении поставленных целей  УК-6.2 Определяет и обосновывает траекторию саморазвития и профессионального роста  УК-6.3 Оценивает приоритеты собственной деятельности и определяет стратегию профессионального развития  УК-6.4 Определяет план реализации траектории саморазвития в соответствии с выбранной стратегией профессионального роста на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание принципов самоорганизации, саморазвития, образования в течение всей жизни;</li> <li>- личностные особенности для реализации траектории саморазвития и выбранной стратегии профессионального роста;</li> <li>- приоритетные направления экономического развития РФ, северного и арктического регионов;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценивать личностные особенности и собственные ресурсы для решения задач саморазвития и профессионального роста;</li> <li>- планировать ближайшие и перспективные цели деятельности с учетом внутренних и внешних условий, требований современного рынка труда;</li> <li>- определять траекторию саморазвития и профессионального роста;</li> <li>- выстраивать этапы реализации траектории личностно-профессионального развития на основе принципа образования в течение всей жизни и требований рынка труда;</li> <li>- анализировать и критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методикой анализа и оценки личностно-профессионального развития;</li> <li>- методами эффективного планирования и организации времени;</li> <li>- способами реализации</li> </ul>	
--	--	--	---	--

			траектории саморазвития и профессионального роста	
	<p>ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств, приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7.3. Способен составить прогноз развития последствий своей профессиональной деятельности "</p>	<p>Знать: - принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;</p> <p>Уметь: - применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть: - методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности; - принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом "</p>	
	<p>ПК-5: социально-просветительская: способен продвигать социально значимые ценности с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного</p>	<p>ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p> <p>ПК-5.2. При подготовке коммуникационного продукта текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и</p>	<p>Знать</p> <p>- процесс продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов</p> <p>Уметь - осуществлять продвижение социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных</p>	

	продукта	<p>реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p> <p>ПК-5.3. Опирается на миссию и философию организации при разработке специальных мероприятий с помощью рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p>	<p>коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть - навыками продвижения социально значимых ценностей с помощью рекламы, связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов</p>	
--	----------	---	--	--

### 1.3. Место практики в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной практики	для которых содержание данной практики выступает опорой
Б2.О.01 (У).	Профессионально-ознакомительная практика	2	Б1.О.11. Основы проектной деятельности, Б1.О.13. Введение в коммуникационные специальности, Б1.О.14. Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации, Б1.О.15. Теория и практика рекламы, Б1.О.16. Теория и практика связей с общественностью, Б1.В.02. Тайм-менеджмент,	Б1.О.17 Теория и практика медиакоммуникаций, Б1.О.19 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.04. Маркетинг в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.05. Организация рекламных и PR-агентств, Б1.В.07. Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве,

			<p>Б1.В.03. История рекламы и связей с общественностью,  Б1.В.08. Основы копирайтинга,  Б1.В.10. Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях</p>	<p>Б1.В.09. Реклама и связи с общественностью в государственных структурах,  Б1.В.10. Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях,  Б1.В.11. Язык и стиль рекламы,  Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий</p>
--	--	--	--	---

**1.4. Язык обучения:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к программе учебной практики**  
**Б2.О.02 (П). Производственная профессионально-творческая практика**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения, краткое содержание, место, способ и форма проведения практики**

Цель освоения:

- формирование способности к осуществлению поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;
- развитие способности к осуществлению социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;
- развитие навыков решения профессиональных задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий; навыков создания текстов в рекламе и связях с общественностью;
- формирование способности учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;
- развитие умений продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- знакомство с алгоритмом проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации различных проектов;
- развитие способности к организации процесса создания коммуникационного продукта.

Краткое содержание практики: ознакомиться со структурой и задачами конкретной организации, основными формами и методами работы в трудовом коллективе подразделения, усвоить функциональные обязанности и нормы профессиональной этики работы в трудовом коллективе.

Задачи производственной практики:

- знакомство с основными направлениями деятельности организации;
- изучение принципов организации работы и специфики подразделений СО в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях и движениях;
- самостоятельное осуществление информационно-творческих, информационно-коммуникационных, информационно-аналитических видов деятельности;
- освоение методов и приемов эффективного коммуникативного воздействия, значимых для сферы действия связей с общественностью;
- работа с рекламными и PR-материалами;
- формирование умения системно работать с информацией и ее источниками, создания корпоративных изданий, программ информационно-коммуникационной деятельности;
- формирование навыков написания представительских текстов, аналитических документов, обзоров и прогнозов, пресс-релизов, имиджевых материалов, приглашений, резюме, технических заданий, биографий;
- освоение методов и приемов эффективного коммуникативного воздействия, значимых для сферы действия связей с общественностью;
- изучение теоретических основ проектирования кампаний;
- знакомство с современными практическими инструментами, применяемыми в проектировании;
- формирование навыков профессиональной командной работы в рамках реализации общего проекта;
- получение собственного опыта в продвижении товаров и услуг организации.

Место проведения практики: структурные подразделения по связям с общественностью органов государственной власти и местного самоуправления; организации (фирмы), специализирующиеся на деятельности рекламы (рекламные агентства, рекламные группы, рекламные дизайн-студии, узкопрофильные агентства (медиабайнговые агентства,

медиасейлеры) и связей с общественностью или приравненные к ним администрацией вуза (факультета); предприятия, компании, имеющие в своем составе отделы рекламы и связей с общественностью; коммуникационные группы (полного цикла), редакции газет, радио и телевидения, пресс-центры и др.; рекламные подразделения средств массовой информации.

Способ проведения практики: стационарная. Все практики являются стационарными, которые проводятся на базе СВФУ или на местах практик, предоставленных организациями в соответствии с договорами об организации практик, расположенных на территории города или республики.

Форма проведения: Производственная практика по получению профессиональных умений.

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Универсальные	УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи УК-1.3. При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения УК-1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Знать: - особенности системного и критического мышления; - методы постановки и решения задач; - правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике;  Уметь: выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задачи выявлять системные связи между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности	

	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. Учитывает особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивную совместную деятельность</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами поиска, критического анализа и синтеза информации;</li> <li>- методом системного подхода для решения поставленных задач;</li> <li>- навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание, методы применения и возможности различных стратегий поведения;</li> <li>- социально-психологические особенности и особенности поведения людей, с которыми взаимодействует в команде;</li> <li>- нормы и установленные правила командной работы и корпоративной этики;</li> <li>- особенности социального взаимодействия в современном обществе;</li> <li>- основные понятия социализации, механизмы, этапы, институты социализации;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять свою роль в команде при выполнении поставленных перед группой задач;</li> <li>- давать характеристику последствиям (результатам) личных действий для достижения командного результата;</li> <li>- вносить предложения в виде последовательных шагов (дорожной карты) команды для достижения заданного результата;</li> <li>- взаимодействовать со всеми членами команды, используя возможности обмена информацией и различных стратегий поведения;</li> <li>- формулировать, высказывать и обосновывать свое мнение в процессе обсуждения командной деятельности;</li> <li>- работать в команде, исходя из требований этических и профессиональных норм и правил совместной деятельности, а также особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляется совместная деятельность;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного анализа социально-психологических явлений общественной жизни;</li> <li>- навыками выявления специфических особенностей</li> </ul>	
--	--	---	---	--

			<p>представителей различных групп;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками эффективной коммуникации в обществе;</li> <li>- методами выявления социально-психологических особенностей и особенностей поведения членов команды;</li> </ul>	
	<p><b>ОПК-6:</b> Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;</p> <p>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</p> <p>ОПК-6.3. Использует для решения профессиональных задач современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы современных информационно-коммуникационных технологий;</li> <li>- принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками решения профессиональных задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</li> </ul>	
	<p><b>ОПК-7:</b> Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств, приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7.3. Способен составить прогноз развития последствий своей профессиональной</p>	<p><b>Знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы социальной ответственности</li> <li>- типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности;</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности</li> <li>- принципами социальной ответственности</li> <li>- этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</li> </ul>	

		деятельности "	
ПК-1: маркетинговая: способен продвигать коммуникационн ый продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;  ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами;  ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде	Знать:  - продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации;  Уметь:  - осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации; Владеть  - технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;	
ПК-2: проектная: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью  ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью  ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта	Знать:  - структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения  Уметь:  - разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение;  Владеть:  - навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения;	
ПК-4: организационная: способен	ПК-4.1. Создает информационные поводы в сфере рекламы	Знать:  - организацию процесса создания коммуникационного	

	<p>организовывать процесс создания коммуникационного продукта</p>	<p>и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач;</p> <p>ПК-4.2. Разрабатывает псевдособытия для создания коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационного продукта организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>продукта;</p> <p>Уметь;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов.</li> </ul>	
--	---	--	---	--

### 1.3. Место практики в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной практики	для которых содержание данной практики выступает опорой
Б2.О.02 (П).	Профессионально-творческая практика	4	Б1.О.17 Теория и практика медиакommunikаций, Б1.О.19. Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.04. Маркетинг в рекламе и связях с общественностью, Б1.В.05. Организация рекламных и PR-агентств, Б1.В.07. Реклама и связи с общественностью в глобальном информационном пространстве, Б1.В.09. Реклама и связи с общественностью в государственных структурах,	Б1.О.21. Профессиональная этика связей с общественностью и рекламы Б1.О.22. Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе Б1.О.23. Социология рекламы и связей с общественностью Б1.В.05. Организация рекламных и PR-агентств Б1.В.06. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий Б1.В.16. Реклама и связи с общественностью в политике Б1.В.18 Креативные технологии в PR

			<p>Б1.В.10. Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях,  Б1.В.11. Язык и стиль рекламы,  Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий</p>	<p>Б1.В.ДВ.03.02. Семиотика рекламного текста  Б1.В.ДВ.04.01. Основы разработки и технологии производства рекламного продукта  Б1.В.ДВ.04.02. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта  Б1.В.ДВ.05.01 SMM-продвижение  Б1.В.ДВ.05.02. Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ)  Б1.В.ДВ.06.02. Социальная реклама (сеть СВФУ)  Б1.В.ДВ.06.03. Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений</p>
--	--	--	---	--

**1.4. Язык обучения:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к программе учебной практики**  
**Б2.О.02 (П). Производственная профессионально-творческая практика**  
Трудоемкость 9 з.е.

**1.1. Цель освоения, краткое содержание, место, способ и форма проведения практики**

Цель освоения:

- формирование способности к осуществлению поиска, критического анализа и синтеза информации, применения системного подхода для решения поставленных задач;
- развитие способности к осуществлению социального взаимодействия и реализации своей роли в команде;
- развитие навыков решения профессиональных задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий; навыков создания текстов в рекламе и связях с общественностью;
- формирование способности учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;
- развитие умений продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;
- знакомство с алгоритмом проектирования в рекламе и связях с общественностью с последующим применением в рамках реализации различных проектов;
- развитие способности к организации процесса создания коммуникационного продукта.

Краткое содержание практики: ознакомиться со структурой и задачами конкретной организации, основными формами и методами работы в трудовом коллективе подразделения, усвоить функциональные обязанности и нормы профессиональной этики работы в трудовом коллективе.

Задачи производственной практики:

- знакомство с основными направлениями деятельности организации;
- изучение принципов организации работы и специфики подразделений СО в коммерческом секторе, государственных структурах, общественно-политических организациях и движениях;
- самостоятельное осуществление информационно-творческих, информационно-коммуникационных, информационно-аналитических видов деятельности;
- освоение методов и приемов эффективного коммуникативного воздействия, значимых для сферы действия связей с общественностью;
- работа с рекламными и PR-материалами;
- формирование умения системно работать с информацией и ее источниками, создания корпоративных изданий, программ информационно-коммуникационной деятельности;
- формирование навыков написания представительских текстов, аналитических документов, обзоров и прогнозов, пресс-релизов, имиджевых материалов, приглашений, резюме, технических заданий, биографий;
- освоение методов и приемов эффективного коммуникативного воздействия, значимых для сферы действия связей с общественностью;
- изучение теоретических основ проектирования кампаний;
- знакомство с современными практическими инструментами, применяемыми в проектировании;
- формирование навыков профессиональной командной работы в рамках реализации общего проекта;
- получение собственного опыта в продвижении товаров и услуг организации.

Место проведения практики: структурные подразделения по связям с общественностью органов государственной власти и местного самоуправления; организации (фирмы), специализирующиеся на деятельности рекламы (рекламные агентства, рекламные группы, рекламные дизайн-студии, узкопрофильные агентства (медиабайнговые агентства,

медиасейлеры) и связей с общественностью или приравненные к ним администрацией вуза (факультета); предприятия, компании, имеющие в своем составе отделы рекламы и связей с общественностью; коммуникационные группы (полного цикла), редакции газет, радио и телевидения, пресс-центры и др.; рекламные подразделения средств массовой информации.

Способ проведения практики: стационарная. Все практики являются стационарными, которые проводятся на базе СВФУ или на местах практик, предоставленных организациями в соответствии с договорами об организации практик, расположенных на территории города или республики.

Форма проведения: Производственная практика по получению профессиональных умений.

## 1.2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Наименование категории (группы) компетенций	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
Универсальные	УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи УК-1.3. При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения УК-1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Знать: - особенности системного и критического мышления; - методы постановки и решения задач; - правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике;  Уметь: - выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей - оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности - систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задачи - выявлять системные связи между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы - находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи - применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной	

	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. Учитывает особенности поведения и интересы других участников при реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе и строит продуктивную совместную деятельность</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы, несет личную ответственность за результат</p>	<p>деятельности</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами поиска, критического анализа и синтеза информации;</li> <li>- методом системного подхода для решения поставленных задач;</li> <li>- навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание, методы применения и возможности различных стратегий поведения;</li> <li>- социально-психологические особенности и особенности поведения людей, с которыми взаимодействует в команде;</li> <li>- нормы и установленные правила командной работы и корпоративной этики;</li> <li>- особенности социального взаимодействия в современном обществе;</li> <li>- основные понятия социализации, механизмы, этапы, институты социализации;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- определять свою роль в команде при выполнении поставленных перед группой задач;</li> <li>- давать характеристику последствиям (результатам) личных действий для достижения командного результата;</li> <li>- вносить предложения в виде последовательных шагов (дорожной карты) команды для достижения заданного результата;</li> <li>- взаимодействовать со всеми членами команды, используя возможности обмена информацией и различных стратегий поведения;</li> <li>- формулировать, высказывать и обосновывать свое мнение в процессе обсуждения командной деятельности;</li> <li>- работать в команде, исходя из требований этических и профессиональных норм и правил совместной деятельности, а также особенностей поведения групп людей, с которыми осуществляется совместная деятельность;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного анализа социально-психологических явлений общественной жизни;</li> </ul>	
--	--	---	--	--

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками выявления специфических особенностей представителей различных групп;</li> <li>- навыками эффективной коммуникации в обществе;</li> <li>- методами выявления социально-психологических особенностей и особенностей поведения членов команды;</li> </ul>	
	<p>ОПК-6: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;</p> <p>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</p> <p>ОПК-6.3. Использует для решения профессиональных задач современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств, приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</p> <p>ОПК-7.3. Способен составить прогноз развития последствий</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы современных информационно-коммуникационных технологий;</li> <li>- принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками решения профессиональных задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности;</li> <li>- принципами социальной ответственности, принятыми этическими нормами, принятым профессиональным сообществом</li> </ul>	

		своей профессиональной деятельности "		
	<p>ПК-1: маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;</p> <p>ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами;</p> <p>ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</li> </ul>	
	<p>ПК-2: проектная: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере</p>	<p>ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения;</li> </ul>	
	ПК-4:	ПК-4.1. Создает	Знать:	

	<p>организационная: способен организовывать процесс создания коммуникационного продукта</p>	<p>информационные поводы в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом поставленных задач;</p> <p>ПК-4.2. Разрабатывает псевдосообщения для создания коммуникационного продукта;</p> <p>ПК-4.3. Применяет инструменты продвижения коммуникационного продукта организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>- организацию процесса создания коммуникационного продукта;</p> <p>Уметь;</p> <p>- подготовить к публичному распространению коммуникационных продуктов</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками организации процесса создания коммуникационных продуктов.</p>	
--	---	--	---	--

### 1.3. Место практики в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной практики	для которых содержание данной практики выступает опорой
Б2.О.02 (П).	Профессионально-творческая практика	6	<p>Б1.О.21. Профессиональная этика связей с общественностью и рекламы</p> <p>Б1.О.22. Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе</p> <p>Б1.О.23. Социология рекламы и связей с общественностью</p> <p>Б1.В.05. Организация рекламных и PR-агентств</p> <p>Б1.В.06. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ</p> <p>Б1.В.14. Организация коммуникационных мероприятий</p> <p>Б1.В.16. Реклама и связи с общественностью в</p>	<p>Б1.В.ДВ.05.01. SMM-продвижение</p> <p>Б1.В.ДВ.05.02. Межкультурная коммуникация в Арктическом регионе (сеть СВФУ)</p> <p>Б1.В.ДВ.05.03. Основы стратегических коммуникаций</p> <p>Б1.В.ДВ.06.02. Социальная реклама (сеть СВФУ)</p> <p>Б1.В.ДВ.06.03. Реклама и связи с общественностью в индустрии развлечений</p>

			политике Б1.В.18. Креативные технологии в PR Б1.В.ДВ.03.02. Семиотика рекламного текста Б1.В.ДВ.04.01. Основы разработки и технологии производства рекламного продукт Б1.В.ДВ.04.02. Организация и управление процессом изготовления рекламного продукта	
--	--	--	--	--

**1.4. Язык обучения:** русский

**АННОТАЦИЯ**  
**к программе учебной практики**  
**Б2.О.03 (П). Производственная преддипломная практика**  
Трудоемкость 6 з.е.

**1.1. Цель освоения, краткое содержание, место, способ и форма проведения практики**

Цель освоения: закрепление, расширение и углубление полученных теоретических знаний по изучаемым дисциплинам, приобретение практических навыков самостоятельной работы, выработку умений применять их при решении конкретных практических вопросов. Практика направлена на развитие и углубление профессиональных компетенций, связанных с различными видами профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Краткое содержание практики: ознакомиться со структурой и задачами конкретной организации, основными формами и методами работы в трудовом коллективе подразделения, усвоить функциональные обязанности и нормы профессиональной этики работы в трудовом коллективе, подготовить рабочие материалы по ВКР.

Задачи производственной (преддипломной) практики:

- закрепление теоретических знаний и практических навыков профессиональной деятельности в соответствии с профилем подготовки;
- формирование у студентов профессиональных качеств для рекламной и PR-деятельности;
- выявление степени подготовленности выпускника к самостоятельной профессиональной работе по специальности;
- специализация по определенному тематическому направлению;
- сбор и подготовка практических материалов для написания выпускной квалификационной работы;
- формирование предварительного варианта текста ВКР.

Место проведения практики: структурные подразделения по связям с общественностью органов государственной власти и местного самоуправления; организации (фирмы), специализирующиеся на деятельности рекламы (рекламные агентства, рекламные группы, рекламные дизайн-студии, узкопрофильные агентства (медиабайнговые агентства, медиасейлеры) и связей с общественностью или приравненные к ним администрацией вуза (факультета); предприятия, компании, имеющие в своем составе отделы рекламы и связей с общественностью; коммуникационные группы (полного цикла), редакции газет, радио и телевидения, пресс-центры и др.; рекламные подразделения средств массовой информации.

Способ проведения практики: стационарная. Все практики являются стационарными, которые проводятся на базе СВФУ или на местах практик, предоставленных организациями в соответствии с договорами об организации практик, расположенных на территории города или республики.

Форма проведения: Производственная практика по получению профессиональных умений.

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по практике, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Наименование категории (группы) компет	Планируемые результаты освоения программы (код и содержание компетенции)	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства

<p>енций</p> <p>Универсальные</p>	<p>УК-1: Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие</p> <p>УК-1.2. Обосновывает выбор метода поиска и анализа информации для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. При обработке информации формирует собственные мнения и суждения на основе системного анализа, аргументирует свои выводы и точку зрения</p> <p>УК-1.4. Предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- особенности системного и критического мышления;</li> <li>- методы постановки и решения задач;</li> <li>- правила доказательства и опровержения суждений в научной, профессиональной и повседневной практике;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>выбирать информационные ресурсы для поиска информации в соответствии с поставленной задачей</li> <li>оценивать соответствие выбранного информационного ресурса критериям полноты и аутентичности</li> <li>систематизировать обнаруженную информацию в соответствии с требованиями и условиями поставленной задачи</li> <li>выявлять системные связи между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы</li> <li>находить, критически анализировать и контекстно обрабатывать информацию, необходимую для решения поставленной задачи</li> <li>применять философский и общенаучный понятийный аппарат и методы в профессиональной деятельности</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами поиска, критического анализа и синтеза информации;</li> <li>- методом системного подхода для решения поставленных задач;</li> <li>- навыками аргументации выводов и суждений, в том числе с применением философского понятийного аппарата</li> </ul>	
	<p>ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного</p>	<p>ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ</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,</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологию создания медиатекстов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- логическую структуру, виды и способы аргументации, модели рекламной аргументации в процессе создания медиатекстов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- специфику использования норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем при подготовке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- основные запросы и потребности общества и профессиональной индустрии;</li> </ul>	

	<p>языков, особенностями иных знаковых систем</p> <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-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или)</p>	<p>особенностями иных знаковых систем</p> <p>ОПК-1.3. Разрабатывает актуальные медиатексты, медиапродукты и коммуникационные продукты в соответствии с текущими запросами и потребностями общества и профессиональной индустрии "</p> <p>ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития</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> <p>ОПК-2.3. Осуществляет разностороннее освещение деятельности общественных и государственных институтов в рекламных и PR-текстах</p> <p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</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</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать методы создания медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- использовать нормы русского и иностранного языков, особенности иных знаковых систем в разработке медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- создавать актуальные для общества и индустрии медиатексты, медиапродукты, коммуникационные продукты;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками создания актуальных для общества, рекламной и PR-индустрии медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов;</li> <li>- нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;</li> <li>- процедуру проведения медиа-аудита государственных и общественных институтов;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разносторонне освещать деятельность общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах, медиапродуктах, коммуникационных продуктах;</li> <li>- проводить медиа-аудит общественных и государственных институтов;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- информацией о тенденциях развития общественных и государственных институтов;</li> <li>- методологией проведения медиа-аудита.</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формы и типы культур, основные культурно-исторические центры и регионы мира, место России в системе мировой культуры;</li> <li>- основные достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности;</li> <li>- систему ценностей мировой и российской культуры</li> </ul> <p>Уметь:</p>	
--	--	--	--	--

	<p>медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории профессионально й деятельности</p> <p>ОПК-5. Способен учитывать в профессионально й деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических</p>	<p>коммуникационных продуктов.</p> <p>ОПК-3.3. Разрабатывает медиатексты, медиапродукты и коммуникационных продукты с ориентацией на систему ценностей мировой и российской культуры</p> <p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p> <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 (или) иных коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4.3. Учитывает актуальные запросы и потребности общества и целевых аудиторий в профессиональной деятельности</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>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом</p>	<p>- ориентироваться в истории и теории отечественной и мировой художественной культуры;</p> <p>- использовать основные достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью или иных коммуникационных продуктов;</p> <p>Владеть:</p> <p>- способностью ориентироваться в базовых положениях теории отечественной и мировой художественной культуры;</p> <p>- способностью применять для решения творческих задач знания основных достижений отечественной и мировой культуры;</p> <p>Знать:</p> <p>- базовые способы и средства получения маркетинговой и социологической информации для анализа запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп;</p> <p>- запросы и потребности общества и аудитории;</p> <p>Уметь:</p> <p>- применять базовые методы хранения, переработки маркетинговой и социологической информации о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп;</p> <p>- учитывать основные характеристики целевой аудитории в профессиональной деятельности;</p> <p>Владеть:</p> <p>- информацией о запросах и потребностях общества и аудитории;</p> <p>- способностью использовать данные о запросах и потребностях общества и аудитории в профессиональной деятельности;</p> <p>Знать:</p> <p>- основные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</p> <p>- политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие медиакоммуникационные системы на глобальном, национальном и региональном уровнях;</p> <p>Уметь:</p> <p>- применять правовые и этические нормы в рекламной деятельности и в сфере связей с общественностью;</p> <p>- учитывать актуальные тенденции</p>
--	---	--	--

	<p>механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ОПК-6: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-7: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p>	<p>специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p> <p>ОПК-5.3. Знает основные тенденции развития и функционирования различных медиакоммуникационных систем</p> <p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;</p> <p>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</p> <p>ОПК-6.3. Использует для решения профессиональных задач современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии</p> <p>ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;</p> <p>ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств, приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным</p>	<p>развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования;</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками использования различных источников информации по праву и этике для регулирования рекламной и PR-деятельности;</li> <li>- способностью учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы современных информационно-коммуникационных технологий;</li> <li>- принципы использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение в профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками решения профессиональных задач с применением современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий.</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы социальной ответственности, эффекты и последствия профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методы и приемы прогнозирования эффектов и последствий профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- методами и приемами прогнозирования последствий профессиональной деятельности, принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом "</li> </ul>	
--	---	---	---	--

		<p>сообществом</p> <p>ОПК-7.3. Способен составить прогноз развития последствий своей профессиональной деятельности "</p>	
	<p>ПК-1: маркетинговая: способен продвигать коммуникационный продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>ПК-1.1. Участвует в создании коммуникационного продукта организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций;</p> <p>ПК-1.2. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с целевыми группами;</p> <p>ПК-1.3. Осуществляет взаимодействие с различными целевыми группами в онлайн и оффлайн среде</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- продвижение коммуникационного продукта с помощью различных каналов коммуникации;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- технологией продвижения коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации;</li> </ul>
	<p>ПК-2: проектная: способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью, участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере</p>	<p>ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>ПК-2.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью</p> <p>ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования проектов при создании коммуникационного продукта</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- структуру проектирования индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и особенности его продвижения</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать индивидуальный и (или) коллективный проект в сфере рекламы и связей с общественностью и осуществлять его продвижение;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью и способами его продвижения;</li> </ul>
	<p>ПК-3:</p>	<p>ПК-3.1. Использует</p>	<p>Знать - производственный</p>

	<p>технологическая: способен участвовать в производственном процессе выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>ПК-6: авторская: способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-3.2. Использует для реализации коммуникационного продукта технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн и оффлайн среде</p> <p>ПК-3.3. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p> <p>ПК-6.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;</p> <p>ПК-6.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;</p> <p>ПК-6.3. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и оффлайн среде.</p>	<p>процесс выпуска продукции средств массовой информации и коммуникационного продукта с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Уметь - производить, обрабатывать и готовить к публичному распространению продукцию средств массовой информации и коммуникационные продукты с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Владеть - навыками создания и последующего распространения продукции средств массовой информации и коммуникационных продуктов с применением современных средств коммуникаций, информационных и коммуникационных технологий</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- процесс осуществления авторской деятельности по созданию текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - специфику разных каналов коммуникации</li> </ul> <p>Уметь: осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта - создавать инфоповоды для проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;</p> <p>Владеть - навыками копирайтинга и последующего распространения текстов рекламы, связей с общественностью и иного коммуникационного продукта</p>	
--	--	--	--	--

### 1.3. Место практики в структуре образовательной программы

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Семестр изучения	Индексы и наименования учебных дисциплин (модулей), практик	
			на которые опирается содержание данной практики	для которых содержание данной практики выступает опорой
Б2.О.03 (П).	Преддипломная практика	8	Б1.О.24. Психология рекламы и связей с общественностью Б1.О.25. Организация и проведение коммуникационных кампаний Б1.О.26. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью Б1.В.12. Медиапланирование Б1.В.15. Имиджелогия Б1.В.17. Креативные технологии в рекламе Б1.В.19. Брендинг и фирменный стиль Б1.В.20. Кризисные технологии Б1.В.21. Реклама и связи с общественностью в бизнесе	Б1.В.ДВ.02.01.Тренинг делового общения Б1.В.ДВ.02.02. Основы делопроизводства Б1.В.ДВ.02.03. Блоггинг Б1.В.ДВ.07.01. Деловой иностранный язык Б1.В.ДВ.07.02. Риторика Б1.В.ДВ.07.03. Язык делопроизводства

**1.4. Язык обучения:** русский