5.4. Примерные программы дисциплин (модулей) и практик

Пояснительная записка

Содержание образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью структурировано в модули. Модуль представляет собой совокупность взаимосвязанных компонентов, комплексная реализация которых обеспечивает интеграцию теории и практики в подготовке бакалавра и формирование необходимых компетенций.

Каждый модуль ориентирован на подготовку обучающегося к решению конкретных профессиональных задач, сопряженных с трудовыми функциями профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», «Специалист по информационным ресурсам».

В структуру модуля входят: дисциплины, практики, комплексный экзамен. В рамках изучения дисциплин и прохождения практик формируются знаниевая и практическая составляющие компетенции, комплексный экзамен, предусмотренный после освоения базового содержания модуля, позволяет оценить уровень ее проявления у студента. Таким образом, в рамках отдельного модуля обучающийся прорабатывает одно и то же содержание в разных формах, осваивает его в совокупности и на теоретическом, и на практическом уровнях, тем самым приобретает опыт использования теоретической информации для решения практических задач.

Для оценки уровня сформированности компетенций, обозначенных в качестве планируемых результатов изучения модуля, рекомендуется использовать форму комплексного экзамена, в состав которого могут быть включены следующие компоненты: тестовая работа для проверки знаниевой составляющей компетенций, решение практикоориентированного кейса или защита междисциплинарного проекта для определения уровня готовности студента к решению конкретных практических задач, также может быть представлено подготовленное обучающимся в процессе освоения модуля тематическое или проблемное портфолио. Содержание и форма комплексного экзамена определяется в соответствии с особенностями дисциплин и практик, включенных в модуль.

Модуль социально-гуманитарный	
Цель модуля: формирование у обучающихся системы компетенций, необходимых для решения профессиональных задач, связанных с использованием систематизированной информации об основных этапах исторического развития человечества, исторического пути России, раскрывающей теоретические и практические положения исторической науки, культуры, финансово-экономического развития общества; систематизированной информации о нормативно-правовых основах профессиональной деятельности	***Планируемые результаты:*** УК-1, УК-2, УК-3, УК-5

История (история России)			зачет с оценкой
Содержание	***Компетенции***	***Индикаторы***	
Предмет, задачи и методология изучения истории. История России в период раннего средневековья. Политическая раздробленность. Формирование Древнерусского государства (середина IX – 40-е гг. X вв.). Образование централизованного Московского государства в XIV-начале XVI вв. Московское государство в XVI – XVII вв. Становление российского абсолютизма. Россия в XVIII веке: от Петра I до Павла Петровича. Российская империя в XIX столетии. Россия на рубеже XIX – XX вв. Советское государство в 20-х – 30-х гг. XX в. Советский Союз накануне и в годы Великой Отечественной войны. Россия в 50-е – 80-е гг. XX столетия. От хрущевской “оттепели” к горбачевской “перестройке”. Россия на рубеже тысячелетий. Противоречия современного развития.	УК-5	УК-5.1. Признает значимость и равноправие каждой культуры. УК-5.2. Проявляет национальную, религиозную, половую, профессиональную толерантность УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурному наследию и традициям различных национальных, религиозных и социальных групп. УК-5.5. Адекватно воспринимает особенности поведения и мотивации людей различных социокультурных групп.	
История (всеобщая история)			**зачет с оценкой**
Всеобщая история как наука. Особенности изучения всеобщей истории. История Древнего мира. История Средних веков. История Нового времени. Новейшая история.	УК-5	УК-5.1. Признает значимость и равноправие каждой культуры. УК-5.2. Проявляет национальную, религиозную, половую, профессиональную толерантность УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурному наследию и традициям различных национальных, религиозных и социальных групп. УК-5.5. Адекватно воспринимает особенности поведения и мотивации людей различных социокультурных групп.	
Философия			**зачет с оценкой**
Философия, её предмет и место в культуре. Исторические типы философии. Философские традиции и современные дискуссии.	УК-1 УК-5	УК-1.1. Использует системный подход в решении профессиональных задач.	

Философская онтология. Теория познания. Философия и методология науки. Социальная философия и философия истории. Философская антропология. Философские проблемы в области профессиональной деятельности.		УК-1.2. Осуществляет системный анализ результатов профессиональной деятельности. УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-5.1. Признает значимость и равноправие каждой культуры. УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурному наследию и традициям различных национальных, религиозных и социальных групп.
Финансово-экономический практикум		**зачет**
Нормативно-правовое обеспечение в профессиональной деятельности. Домашние хозяйства в современной экономической системе. Накопления и средства платежа. Финансовый рынок и инвестиции. Электронные услуги. Бюджет и налоги.	УК-2	УК-2.1. Осуществляет целеполагание в ситуации решения профессиональной проблемы. УК-2.2. Формирует нормативно-правовую основу для подбора решений поставленной профессиональной задачи УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели УК-2.5. Характеризует условия эффективного решения поставленной профессиональной задачи
Нормативно-правовые основы профессиональной деятельности		**Зачет**
Конституционные основы нормативно-правового обеспечения образования. Источники образовательного права. Юридическая ответственность в сфере образования. Административные правоотношения в образовании. Вопросы образования и воспитания в семейном праве. Гражданские правоотношения в сфере образования. Трудовые правоотношения в образовании	УК-2	УК-2.1. Осуществляет целеполагание в ситуации решения профессиональной проблемы. УК-2.2. Формирует нормативно-правовую основу для подбора решений поставленной профессиональной задачи. УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели УК-2.5. Характеризует условия эффективного решения поставленной профессиональной задачи
Культурология		**зачет**
Культурология в системе наук о человеке, обществе и природе: человек как субъект культуры; подходы к изучению культуры. Понятие культуры и ее морфология: культура и цивилизация; культура в системе бытия.	УК-5	УК-5.1. Признает значимость и равноправие каждой культуры. УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурному наследию и традициям различных национальных, религиозных и социальных групп.

Ценности и нормы культуры: система ценностных ориентаций; регулятивы и социокультурные нормы; культуры нормативной недостаточности и избыточности. Культура, как система знаков. Языки культуры. Динамика культуры: культурная модернизация, социокультурная коммуникация, диалог культур. Основания типологии культуры: региональная типология; историческая типология; российский тип культуры.		УК-5.4. Подбирает способы взаимодействия с представителями различных социокультурных групп УК-5.5. Адекватно воспринимает особенности поведения и мотивации людей различных социокультурных групп. УК-5.6. Называет цели диалога и формулирует вопросы с учетом социокультурного контекста ситуации взаимодействия.
Социология и политология		**зачет**
Социология и политология как науки: предметно-тематическая направленность, основные теоретические подходы, специфика методов Общество в системе социологического знания Социальная структура и стратификация Личность как объект и субъект социальных отношений Понятие, признаки, ресурсы политической власти Государство в политической системе общества Типология политических режимов Правовое государство и гражданское общество	УК-3	УК-3.1. Характеризует функции членов команды в рамках выполнения командной работы. УК-3.6. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи.
	УК-5	УК-5.1. Признает значимость и равноправие каждой культуры. УК-5.2. Проявляет национальную, религиозную, половую, профессиональную толерантность. УК-5.3. Демонстрирует уважительное отношение к социокультурному наследию и традициям различных национальных, религиозных и социальных групп. УК-5.4. Подбирает способы взаимодействия с представителями различных социокультурных групп УК-5.5. Адекватно воспринимает особенности поведения и мотивации людей различных социокультурных групп.
Учебная (профессионально-ознакомительная) практика рассредоточенная		**зачет с оценкой**
В рамках практики студенты овладевают универсальными компетенциями в социально-гуманитарной сфере, связанными с решением следующих практических задач: - оценка и анализ социальных и политических явлений и процессов; - анализ нормативно-правовой составляющей профессиональной деятельности; - оценка и анализ явлений и процессов сферы культуры;	УК-2	УК-2.1. Осуществляет целеполагание в ситуации решения профессиональной проблемы. УК-2.2. Формирует нормативно-правовую основу для подбора решений поставленной профессиональной задачи. УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата. УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели. УК-2.5. Характеризует условия эффективного решения поставленной профессиональной задачи.

- оценка и анализ явлений и процессов сферы экономики.		УК-2.6. Оценивает потенциальные риски и ограничения своих действий в рамках достижения поставленной цели
	УК-3	УК-3.1. Характеризует функции членов команды в рамках выполнения командной работы. УК-3.2. Определяет условия реализации своей роли в команде. УК-3.3. Взаимодействует с другими членами команды в процессе решения поставленной задачи. УК-3.4. Координирует свои действия в процессе решения совместных задач. УК-3.5. Принимает решения в рамках своей роли в команде.

Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Подготовка к тестовым заданиям и контрольной работе, аналитическая работа, выполнение практических заданий по работе с источниками, работа с научной литературой, составление аннотированного списка, поиск и анализ нормативно-правовой документов в системе Консультант Плюс, анализ философских текстов, подготовка докладов, подготовка рефератов, подготовка презентаций, проведение мини-исследования, подготовка эссе, решение профессиональной задачи, проектирование ситуации, выполнение кейса, решение задач, подготовка к ролевой игре, подготовка конспектов выступлений на семинаре с последующим выполнением практических заданий, подготовка к дискуссии.
Комплексный экзамен	1. Компетентностно-ориентированный тест 2. Кейс-задание (анализ ситуации и решение профессиональной задачи)

Рекомендуемая литература

1. Орлов А. С. История России [Текст] / А. С. Орлов [и др.]. – М.: Проспект, 2006. – 528 с.
2. Прядеин В. С. История России в схемах, таблицах, терминах и тестах [Текст] / В. С. Прядеин; под науч. ред. В. М. Кириллова. — М.: Юрайт, 2018. — 198 с.
3. Всемирная история [Текст]: учебник для академического бакалавриата. Часть 1: История Древнего мира и средних веков. / под ред. Г. Н. Питулько - М.: Юрайт, 2017. - 129 с.
4. Всемирная история [Текст]: учебник для академического бакалавриата. Часть 2: История Нового и Новейшего времени. / под ред. Г. Н. Питулько - М.: Юрайт, 2017. - 295 с.
5. Ратников В.П. Философия [Текст]: учебник для студентов вузов / В.П. Ратников, Э.В. Островский, В.В. Юдин. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 671 с.
6. Бучило, Н. Ф. Философия [Текст]: учебное пособие / Н. Ф. Бучило, А. Н. Чумаков. — 3-е изд. — Москва, Саратов: ПЕР СЭ, Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 448 с.
7. История философии. Запад-Россия-Восток. Книга четвертая. Философия XX в. [Текст]: учебник для вузов/ Н. В. Мотрошилова, И. С. Вдовина, А. Ф. Грязнов [и др.]; под редакцией Н. В. Мотрошилова, А. М. Руткевич. — М.: Академический Проект, 2017. — 431 с.
8. Камаев, В. Д. Экономическая теория. Краткий курс [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений / В. Д. Камаев, М. З. Ильчиков, Т. А. Борисовская. - М.: КНОРУС, 2012. - 382 с.

9. Чикина, Е. Д. Финансовые вычисления в экономике [Электронный ресурс]: учебное пособие / Е. Д. Чикина. — Электрон. текстовые данные. — Белгород: Белгородский государственный технологический университет им. В.Г. Шухова, ЭБС АСВ, 2017. — 193 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/80478.html
10. Приказчикова О.В. Государственно-правовое обеспечение образования в Российской Федерации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Приказчикова О.В., Терентьева И.А., Черепова И.С.— Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 378 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/71559.html.— ЭБС «IPRbooks».
11. Нормативно-правовое обеспечение образования [Текст]: учеб. пособие для студ. учреждений высш. проф. образования / М. Ю. Федорова. - 3-е изд., перераб. - М.: Академия, 2011. - 173 с.
12. Культурология [Текст]: учебник для бакалавров для студ. высш. учеб. заведений по дисц. "Культурология" / под ред. Ю. Н. Солонина, М. С. Кагана. - М.: Юрайт, 2012. - 566 с.
13. Глотов, М.Б. Общая социология [Текст]: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Социально-экономическое образование» / М.Б. Глотов. – Москва: Академия, 2010. – 392 с.
14. Пугачев, В.П., Соловьев, А.И. Введение в политологию [Текст]: учебник для студентов высших учебных заведений / В.П. Пугачев, А.И. Соловьев. - Москва: Аспект-Пресс, 2007. - 477 с.

Коммуникативный модуль

Цель модуля: формирование у обучающихся системы коммуникативных компетенций, медийно-информационной грамотности, готовности к осуществлению социального взаимодействия и деловой коммуникации на русском и иностранном (ых) языках, в том числе. с использованием информационно-коммуникационных технологий	***Планируемые результаты:*** УК-1, УК-2, УК-3, УК-4

Иностранный язык			**зачет с оценкой**
Содержание	***Компетенции***	***Индикаторы***	
Основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи; Планирование и организация коммуникационный процесса на иностранном языке. Создание и редактирование на иностранном языке различных типов текстов в сфере профессионального и делового общения с учетом их лексико-стилистических, грамматических и организационно-композиционных особенностей. Бытовая сфера. Социокультурная сфера. Учебно-познавательная сфера.	УК-4	УК-4.1. Выбирает коммуникативно приемлемый стиль делового общения на государственном и иностранном (-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия. УК-4.2. Осуществляет деловую коммуникацию на государственном и иностранном (-ых) языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в форматах коммуникации. УК-4.3. Переводит профессиональные тексты с иностранного языка на государственный и наоборот. УК-4.4. Подбирает оптимальный формат коммуникации в зависимости от социокультурных различий (учет межкультурных особенностей деловой переписки). УК-4.5. Определяет требования к осуществлению деловой коммуникации. УК-4.6. Использует в общении профессиональные средства коммуникации.	
Русский язык и культура речи			**зачет**

Разновидности национального языка: литературный язык и нелитературные формы. Языковая норма, ее роль в становлении и функционировании литературного языка. Типология норм. Функциональные стили современного русского языка. Общая характеристика понятия «культура речи». Коммуникативные качества речи. Нормативный, коммуникативный, этический аспекты устной и письменной речи. Речевой этикет и его роль в общении. Этикетные жанры и их специфика. Коммуникативная компетентность личности, языковой паспорт коммуникантов. Эффективное общение. Законы и принципы бесконфликтного общения. Жанры научного стиля. Тезисы. Конспекты. Реферат. Правила составления и оформления. Официально-деловой стиль. Правила оформления личной документации. Публицистический стиль. Особенности устной публичной речи	УК-3	УК-3.4. Координирует свои действия в процессе решения совместных задач. УК-3.5. Принимает решения в рамках своей роли в команде. УК-3.6. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи
	УК-4	УК-4.1. Выбирает коммуникативно приемлемый стиль делового общения на государственном и иностранном (-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия. УК-4.2. Осуществляет деловую коммуникацию на государственном и иностранном (-ых) языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в форматах коммуникации. УК-4.5. Определяет требования к осуществлению деловой коммуникации. УК-4.6. Использует в общении профессиональные средства коммуникации.
Цифровая информационно-образовательная среда и кибербезопасность		**зачет**
Прикладное программное обеспечение Информационно-образовательная среда образовательного учреждения. Программные среды организации управления образовательным учреждением Цифровые образовательные ресурсы по учебным предметам Инструментарий разработки цифровых образовательных ресурсов Сайт образовательной организации	УК-1	УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Моделирует процесс решения профессиональной задачи.
	УК-2	УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели УК-2.6. Оценивает потенциальные риски и ограничения своих действий в рамках достижения поставленной цели.
	УК-4	УК-4.4. Подбирает оптимальный формат коммуникации в зависимости от социокультурных различий (учет межкультурных особенностей деловой переписки).

Дистанционное образование Информационная безопасность		
Учебная (проектно-технологическая) практика рассредоточенная		**зачет с оценкой**
В рамках практики студенты овладевают профессиональными умениями и навыками в области осуществления деловой и научной коммуникации, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий: - умением использовать информационно-коммуникационные технологии для поиска и систематизации информации и осуществления научных исследований в избранной предметной области; - навыками построения различных типов текстов в сфере профессионального и делового общения с учетом их лексико-стилистических, грамматических и организационно-композиционных особенностей; – умением осуществлять выбор методов обработки полученных данных и правильной их интерпретации и представления полученных результатов в электронном виде; – умением работы с различными типами текстов разной функциональной направленности и жанрового своеобразия; – этикой общения и культурой речевого поведения на русском и иностранном языках в профессиональной сфере.	УК-1	УК-1.1. Использует системный подход в решении профессиональных задач. УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.
	УК-2	УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели УК-2.6. Оценивает потенциальные риски и ограничения своих действий в рамках достижения поставленной цели.
	УК-3	УК-3.4. Координирует свои действия в процессе решения совместных задач. УК-3.6. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи
	УК-4	УК-4.1. Выбирает коммуникативно приемлемый стиль делового общения на государственном и иностранном (-ых) языках, вербальные и невербальные средства взаимодействия. УК-4.2. Осуществляет деловую коммуникацию на государственном и иностранном (-ых) языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в форматах коммуникации. УК-4.4. Подбирает оптимальный формат коммуникации в зависимости от социокультурных различий (учет межкультурных особенностей деловой переписки). УК-4.6. Использует в общении профессиональные средства коммуникации.
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Анализ возможностей информационно-образовательной системы и сайтов сайтов образовательных учреждений; аналитическая работа с текстом (чтение, перевод, составление словаря); аудирование, аннотирование, реферирование текстов; выполнение письменных заданий тренировочного характера; написание сочинений / эссе на заданные темы; оформление цифровых ресурсов в среде Moodle (с использованием готовых текстов); подготовка информационных материалов (инфографика, образовательный сторителлинг и др.) с использованием средств информационно-коммуникационных технологий на тему «Информационная безопасность»; подготовка	

	к деловой игре (создание аргументативных высказываний); подготовка к тестовым и контрольным работам; подготовка рефератов, презентаций, проектов; подготовка устных выступлений (монологов / диалогов), сообщений, докладов; поиск цифровых образовательных ресурсов по предметам; работа с антивирусными программами; разработка проекта сайта образовательного учреждения в конструкторе сайтов; разработка цифровых образовательных ресурсов с использованием готовых текстов заданий; разработка электронной презентации проекта, электронного текста отчета по проекту в Word с соблюдением требований к оформлению электронного документа; составление конспекта;
Комплексный экзамен	1. Компетентностно-ориентированный тест (иностранный язык, русский язык и культура речи). 2. Презентация и защита проекта.

Рекомендуемая литература

1. Арбатская О. А. Русский язык и культура речи. Практикум [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов / О. А. Арбатская. – 2-е изд. – М.: Издательство «Юрайт», 2018. – 123 с. – (Серия: Университеты России). – Режим доступа: https://biblio-online.ru.
2. Богацкий И.С. Бизнес-курс английского языка [Текст]: словарь-справ. / И.С. Богацкий, Н.М. Дюканова; под общ. ред. И.С. Богацкого. – 5-е изд.,испр. – М.: Айрис-пресс, 2007. – 352 с.
3. Введенская Л. А. Русский язык и культура речи [Текст]: учебное пособие для вузов / Л.А. Введенская, Л.Г. Павлова, Е.Ю. Кашаева. – Ростов н/Д: Феникс, 2018. – 539 с.
4. Голуб И. Б. Русский язык и практическая стилистика [Текст]: учебно-справочное пособие /И.Б. Голуб. – М.: Юрайт, 2017. – 356 с.
5. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании / И.Г. Захарова - М.: Академия, 2011. -192с
6. Колышкина Т. Б. Деловая культура: учебное пособие для среднего профессионального образования [Электронный ресурс] / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 163 с. – (Профессиональное образование). – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – Режим доступа - URL: https://biblio-online.ru/bcode/437450.
7. Куранова Т. П. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс]: учебное пособие / Т.П. Куранова. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014 (2018). – 263 с. - Режим доступа: http://cito-web.yspu.org/rio/2014/2014-1-37.pdf.
8. Куранова Т. П. Русский язык и культура речи в таблицах [Электронный ресурс]: методические материалы / Т. П. Куранова. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014 (2011). – 103 с. – Режим доступа: http://cito-web.yspu.org/rio/2014/2014-1-38.pdf).
9. Лытаева М. А. Немецкий язык для делового общения + аудиоматериалы в ЭБС [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / М. А. Лытаева, Е. С. Ульянова. – Электрон. текстовые данные. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 409 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-07774-2. – Режим доступа: https://biblio-online.ru/book/195E3CD0-68AF-4A21-A973-E665A192685A/nemeckiy-yazyk-dlya-delovogo-obscheniya-audiomaterialy-v-ebs.
10. Максимов В. И. Русский язык и культура речи [Текст]: учебник для бакалавров/ В.И. Максимов. – М.: Юрайт, 2015.
11. Матвиишин В.Г. Бизнес-курс французского языка [Текст] / В.Г. Матвиишин, В.П. Ховхун; под общ. ред. В.Г. Матвиишина. – М.: Айрис-Пресс; Логос, 2005. – 384 с.
12. Могилев А.В. Информация и информационные процессы. Социальная информатика [Текст] / А.В. Могилев, Л.В. Листрова. – СПб.: БХВ-Петербург, 2006. – 240 с.

13. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования [Текст] / под ред. Е.С. Полат. - М.: Академия, 2005. – 272с.
14. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс]: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Д. Черняк [и др.]; под редакцией В. Д. Черняк. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 363 с. – (Бакалавр. Академический курс). – Режим доступа: https://biblio-online.ru/bcode/412788.

Здоровьесберегающий модуль

Цель модуля:. формирование у обучающихся системы знаний, необходимых для решения профессиональных задач, связанных с организацией деятельности по сохранению и укреплению здоровья; формирование мотивации к здоровому образу жизни, воспитанием безопасного типа поведения личности, а также поддержание интереса к занятиям физической культурой и спортом	***Планируемые результаты:*** УК-1, УК-7, УК-8, ОПК-8
Основы медицинских знаний	**зачет**

Содержание	***Компетенции***	***Индикаторы***
Биологические и социальные аспекты здорового образа жизни. Основы микробиологии, эпидемиологии и иммунологии. Понятие о неотложных состояниях и первой помощи при них. Реанимационные мероприятия. Характеристика травматизма, первая помощь при травмах и их профилактика. Профилактика химических зависимостей. Репродуктивное здоровье.	УК-7	УК-7.1. Обосновывает необходимость соблюдения здорового образа жизни для успешной самореализации в социальной и профессиональной сферах жизнедеятельности.
Безопасность жизнедеятельности		**зачет**

Единая государственная система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) и Гражданская оборона (ГО). Медико-биологические основы безопасности жизнедеятельности. Чрезвычайные ситуации социального характера и защита населения от их последствий. Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера и защита населения от их последствий. Национальная безопасность РФ.	УК-8	УК-8.1. Разрабатывает алгоритм безопасного поведения в чрезвычайной ситуации. УК-8.2. Подбирает варианты (способы) адекватного поведения в потенциально опасных и чрезвычайных ситуациях. УК-8.3. Анализирует факторы вредного и опасного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений). УК-8.4. Принимает обоснованные решения и вырабатывает план действий в конкретной опасной ситуации с учетом реально складывающейся обстановки и индивидуальных возможностей. УК-8.5. Оценивает степень риска возникновения опасностей, связанных с чрезвычайными ситуациями. УК-8.6. Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте (в т.ч. образовательной и рекреационной деятельности человека).
Физическая культура и спорт		**зачет**
Социально-биологические основы физической культуры и спорта. Роль физической культуры в укреплении здоровья. Комплексы физических упражнений для развития двигательных качеств и формирования двигательных навыков. Изучение и совершенствование техники выполнения различных упражнений и спортивных элементов. Спорт и особенности занятий спортом. Летние виды спорта. Зимние виды спорта.	УК-7	УК-7.2. Обосновывает роль и место физической культуры в жизни личности и обществ, в профессиональной деятельности. УК-7.4. Включает в свой режим дня занятия физической культурой. УК-7.5. Регулярно посещает спортивный зал (проводит спортивные занятия самостоятельно).
Элективные дисциплины по физической культуре и спорту		**зачет**
Легкая атлетика. Спортивные и подвижные игры. Общая физическая подготовка с гимнастикой. Лыжная подготовка.	УК-7	УК-7.2. Обосновывает роль и место физической культуры в жизни личности и обществ, в профессиональной деятельности. УК-7.4. Включает в свой режим дня занятия физической культурой.

		УК-7.5. Регулярно посещает спортивный зал (проводит спортивные занятия самостоятельно).
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Работа с информационными источниками, решение познавательных и творческих задач, подготовка мультимедийного сообщения, подготовка презентации, работа со схемами и таблицами, разработка дидактических игр, работа с учебными кейсами и разработка кейсов по основным блокам дисциплин, разработка анкет, работа в системе moodle, подготовка проектной работы, выполнение учебно-исследовательской работы (разработка программы здоровьесбережения)	
Комплексный экзамен	1. Компетентностно-ориентированный тест (теоретические основы здоровьесбережения). 2. Ситуационные задачи (для контроля степени усвоения знаний путем мобилизации различных познавательных умений от уровня узнавания, распознавания до элементов логического мышления). 3. Кейс-задание (анализ ситуации и решение профессиональной задачи по проектированию отдельных компонентов здоровьесберегающей среды). 4. Выполнение нормативов по физической культуре.	

Рекомендуемая литература

1. Тихомирова И.А. Анатомия и возрастная физиология [Текст]/ И.А. Тихомирова. – Ростов н/Д.: Феникс, 2015. – 285с.
2. Дробинская А.О. Анатомия и возрастная физиология [Текст]/ А.О. Дробинская. – М.: Юрайт, 2018. – 414с.
3. Безруких М.М. и др. Возрастная физиология (физиология развития ребенка) [Текст]/ М.М. Безруких [и др.]. – М.: Академия, 2003. – 416с.
4. Красноперова Н.А. Анатомия и возрастная физиология [Текст]/ Н.А. Красноперова. – М.: Владос, 2012. – 214с.
5. Назарова Е.Н., Жилов Ю.Д. Анатомия и возрастная физиология [Текст]/ Е.Н. Назарова, Ю.Д. Жилов. – М.: Академия, 2011. – 256с.
6. Кирпичев В.И. Физиология и гигиена подростка [Текст]/ В.И. Кирпичев. – М.: Академия, 2008. – 208с.
7. Любимова З.В. и др. Возрастная физиология [Текст]/ З.В. Любимов [и др.]. – М.: Владос, 2004. – 304с.
8. Мисюк М.Н. Основы медицинских знаний и здорового образа жизни [Текст]: учебник и практикум для вузов / М.Н. Мисюк – 3-е издание, переработанное и дополненное – Москава: Издательство Юрайт, 2019 425 с.- (Высшее образование).
9. Митяева А.М. Здоровьесберегающие педагогические технологии [Текст]/ А.М. Митяева. - М., Академия, 2012, 192с.
10. Лытаев С.А., Пуговкин А.П., Основы медицинских знаний [Текст]/ С.А. Лытаев, А.П. Пуговкин. - М., Академия, 2011, 272с.
11. Мисюк М. Н., Основы медицинских знаний и здоровый образ жизни [Текст]/ М.Н. Мисюк. - М., Юрайт, 2018, 499с.
12. Соломин В. П., Безопасность жизнедеятельности для педагогических и гуманитарных направлений [Текст]/ В.П. Соломин. - М., Юрайт, 2018 г., 399 с.
13. Вишняков Я.Д. и др., Безопасность жизнедеятельности. Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях [Текст]/ Я.Д. Вишняков [и др.]. - М., Академия, 2007, 304с.

14. Холодов Ж.К., Кузнецов В.С. Теория и методика физической культуры и спорта [Текст]/ Ж.К. Холодов, В.С. Кузнецов. - М, Академия, 2011, 480 с.
15. Быченков С.В. Физическая культура [Электронный ресурс]: учебник для студентов высших учебных заведений/ С.В. Быченков. — Электрон. текстовые данные — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 270 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/49867.html
16. Барчуков И.С. Физическая культура [Текст]: учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / под общей редакцией Н.Н. Маликова. – М.: Академия, 2011. – 528 с.

Естественнонаучный модуль

Цель модуля: формирование у обучающихся системы компетенций, необходимых для решения профессиональных задач, связанных с формированием математических моделей и методов для описания окружающего мира; концептуальных представлений о проблемах современного естествознания	***Планируемые результаты:*** УК-1, УК-2, УК-3

Математические методы обработки данных в профессиональной деятельности			**зачет**
Содержание	***Компетенции***	***Индикаторы***	
Роль математики и ее методов для решения задач профессиональной деятельности. Основные аналитические методы решения задач профессиональной деятельности. Статистические методы обработки данных реальной ситуации профессиональной деятельности	УК-1	УК-1.1. Использует системный подход в решении профессиональных задач. УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Моделирует процесс решения профессиональной задачи УК-1.5. Проводит критическую оценку вариантов действий в процессе решения профессиональной задачи УК-1.6. Устанавливает причинно-следственные связи между своими действиями и полученными результатами.	
	УК-2	УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата. УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели.	
Статистический практикум			**зачет**
Статистическое наблюдение, сводка и группировка данных, статистические графики и таблицы, абсолютные, относительные и средние величины, показатели вариации, выборочное. Статистическое наблюдение. Статистическая отчетность. Способы сбора информации - опрос, непосред-	УК- 1	УК-1.1. Использует системный подход в решении профессиональных задач. УК-1.2. Осуществляет системный анализ результатов профессиональной деятельности. УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Моделирует процесс решения профессиональной задачи.	

ственное наблюдение, документальный способ. Контроль – логический и арифметический. Признаки количественные и качественные, факторные и результативные Ряды распределения: вариационные (дискретные и интервальные) и атрибутивные. Статистические таблицы. Относительные величины, их значение и виды (динамики, структуры, координации, интенсивности, сравнения) Средние величины, их значение и виды (арифметическая, гармоническая, геометрическая) Показатели вариации, их значение и виды (размах вариации, среднее линейное отклонение, дисперсия, коэффициент вариации) Виды дисперсий (общая, межгрупповая, средняя из групповых дисперсий).		УК-1.5. Проводит критическую оценку вариантов действий в процессе решения профессиональной задачи. УК-1.6. Устанавливает причинно-следственные связи между своими действиями и полученными результатами
	УК-2	УК-2.1. Осуществляет целеполагание в ситуации решения профессиональной проблемы. УК-2.2. Формирует нормативно-правовую основу для подбора решений поставленной профессиональной задачи. УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата. УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели. УК-2.5. Характеризует условия эффективного решения поставленной профессиональной задачи. УК-2.6. Оценивает потенциальные риски и ограничения своих действий в рамках достижения поставленной цели.
Учебная практика, практика по применению математической статистики в исследованиях рассредоточенная		**Зачет с оценкой**
В рамках практики студенты овладевают профессиональными умениями и навыками в области математической статистики, а также способностью применять методы математической статистики для решения задач профессиональной деятельности, которые предполагают выполнение: - сбора данных реальной ситуации профессиональной деятельности; - табличного и графического представления собранных данных; - обработку данных с помощью методов математической статистики; - интерпретацию полученных результатов.	УК-1	УК-1.1. Использует системный подход в решении профессиональных задач. УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Моделирует процесс решения профессиональной задачи. УК-1.5. Проводит критическую оценку вариантов действий в процессе решения профессиональной задачи УК-1.6. Устанавливает причинно-следственные связи между своими действиями и полученными результатами.
	УК-2	УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата. УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели.
	УК-3	УК-3.3. Взаимодействует с другими членами команды в процессе решения поставленной задачи. УК-3.4. Координирует свои действия в процессе решения совместных задач. УК-3.5. Принимает решения в рамках своей роли в команде.

		УК-3.6. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи.
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	аналитическая работа, подготовка докладов, презентаций, рефератов, проведение мини-исследования, решение практических задач, разработка проекта	
Комплексный экзамен	1. Компетентностно-ориентированный тест 2. Защита учебно-исследовательского проекта 3. Презентация результатов проекта.	

Рекомендуемая литература

1. Дюльдина Э.В., Клочковский С.П., Гельчинский Б.Р. Естественно-научная картина мира [Текст]: учебник для студ. учреждений высш. пед. проф. образования/ Э.В. Дюльдина, С.П. Клочковский, Б.Р. Гельчинский. – М.: Издательский центр «Академия», 2012. – 224 с.
2. Гусев Д.А. Естественнонаучная картина мира [Электронный ресурс]: учебное пособие / Д.А. Гусев, Е.Г. Волкова, А.С. Маслаков— Электрон. текстовые данные. — М.: Московский педагогический государственный университет, 2016. — 224 с. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70117.html.
3. Садохин А. П. Концепции современного естествознания [Текст]: учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарным специальностям и специальностям экономики и управления / А. П. Садохин. — 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 446 с.
4. Концепции современного естествознания: [Текст]: учебник / В.М. Найдыш. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2010. - 704 с.
5. Афанасьев В.В. Теория вероятностей [Текст]/ В.В. Афанасьев. - М.:Владос, 2007. – 240 с.
6. Новиков Д.А. Статистические методы в педагогических исследованиях (типовые случаи) [Электронный ресурс]: монография/ Д.А. Новиков— Электрон. текстовые данные. — М.: МЗ-Пресс, 2004.— 67 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8501.html.— ЭБС «IPRbooks»
7. Скорнякова А.Ю. Методика применения математических методов в психологии и педагогике [Электронный ресурс]: практикум/ А.Ю. Скорнякова— Электрон. текстовые данные. — Пермь: Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет, 2016.— 49 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70640.html.
8. Стеклов В.А. Математика и ее значение для человечества [Текст]/ В.А. Стеклов. – М., 2018. – 204 с.

Информационно-технологический модуль

Цель модуля: формирование у обучающихся компетенций, связанных с информационно-технологическим обеспечением профессиональной деятельности	***Планируемые результаты:*** ОПК-6.1; ОПК-6.2

Цифровые коммуникации			**зачет**
Содержание	*Компетенции*	*Индикаторы*	

Основы цифровых коммуникаций: основные понятия в сфере цифровой коммуникации, Интернет как основа развития цифровых коммуникаций, технологии общения в интернете, стратегии цифровой коммуникации в интернете. Виды и технологии цифровых коммуникаций: деловые коммуникации в цифровой среде, межличностная интернет-коммуникация, цифровой маркетинг, цифровой этикет	ОПК-6	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
Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью		**зачет**
Информационные технологии в рекламной деятельности: характеристика информационных технологий в рекламе, исследование рекламной аудитории, эффективность рекламы, развитие информационных технологий в рекламе. Информационная база рекламной и PR-деятельности: использование баз данных в рекламе, основные архитектуры баз данных, современные подходы к хранению информации, сетевые технологии и Интернет в рекламе и PR, локальные сети и Intranet, глобальные сети, рекламные возможности сети Интернет, реклама в сообщениях e-mail и телеконференциях, Web-сайт как объект и субъект рекламы, реклама в электронной коммерции, баннерная реклама в сети Интернет, сетевые рекламные агентства.	ОПК-6	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
Учебная (проектно-технологическая) практика		**зачет с оценкой**
Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности; вводная беседа со своим руководителем, получение документации по практике; изучение соответствующей литературы, рекомендованной руководителем практики. Основной этап:	ОПК-6	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

сбор материалов для выполнения самостоятельного исследования; выполнение заданий и обязанностей, возложенных на студента руководителем практики; обработка и анализ полученной информации; отчет перед руководителем о выполнении заданий; подготовка отчета по практике. Аттестация по итогам практики: обработка и анализ полученных материалов по результатам практики; с учетом замечаний преподавателя подготовка к защите отчета по практике; защита отчета.		

Модуль общепрофессиональной подготовки

Цель модуля: формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций, необходимых для решения задач, связанных с организацией процесса в сфере рекламы и связей с общественностью	***Планируемые результаты:*** УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-1.5; УК-1.6; УК-2.1; УК-2.3; УК-2.4; УК-2.5; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-3.4; УК-3.5; УК-3.6; УК-4.2; УК-4.5; УК-4.6; УК-6.1; УК-6.2; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; УК-7.3; УК-10.1; УК-10.2; УК-10.3; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.4; ПК-3.5; ПК-4.6

Введение в коммуникационные специальности		**экзамен**
Содержание	*Компетенции*	*Индикаторы*
Специфика профессии как коммуникационной специальности. Базовый понятийный аппарат рекламы и связей с общественностью. Специфика, сходства и различия дать представление о специфике, рекламы, связей с общественностью и журналистики как смежных коммуникационных видах деятельности.	ОПК-4	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 текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	ОПК-5	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, Структура рынка рекламы и PR в стране и в регионе		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Основы теории коммуникации		**экзамен**
Коммуникативистика как интегрированная область научного знания Процесс коммуникации и его составляющие Уровни, виды и формы коммуникации Исторические аспекты возникновения и развития коммуникации в обществе Модели коммуникативного процесса Информационная теория коммуникации Семиотический подход к коммуникации Невербальная коммуникация Вербальная коммуникация: говорение, слушание, письмо, чтение Прагматический подход к коммуникации. Теория речевых актов Личность в системе коммуникации Личностные коммуникации и проблемы эффективного общения Коммуникация в малых группах Профессионально ориентированные коммуникации Публичная коммуникация Теория массовых коммуникаций Современные коммуникативные процессы и новые коммуникативные продукты Межкультурные коммуникации	ОПК-2	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 создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
	ОПК-5	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуника- ционных 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 конкретной медиаком- муникационной системы
Теория и практика связей с общественностью		**зачет с оценкой**
История паблик рилейшнз Методологические основы паблик рилейшнз	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапро-

Информационные основы PR-деятельности Современные практики PR Результаты PR-деятельности		дуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-4	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 текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	ПК-3	ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Теория и практика рекламы		**зачет с оценкой**
Методологические проблемы рекламы Реклама в системе маркетинговой коммуникации Субъекты рекламной коммуникации Бренд. Компоненты бренда Эффективность рекламной коммуникации Реклама в современном мире Средства распространения рекламы	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-4	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 текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью		**экзамен**
Государственные механизмы регулирования рекламы и СО. Рекламное право. Реклама как разновидность информации. Источники правового регулирования рекламной деятельности в РФ. Международные документы, регламентирующие рекламную деятельность. Общие положения «Закона о рекламе» РФ.	УК-10	УК-10.1. Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней. УК-10.2. Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе. УК-10.3. Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции.
	ОПК-5	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Специальные требования к отдельным видам рекламы и особенности отдельных способов распространения рекламы. Права и обязанности субъектов рекламной деятельности Саморегулирование в рекламе. Государственный надзор и контроль за рекламной деятельностью в РФ. Авторское и смежное право в рекламе. Юридическая ответственность.	ОПК-7	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью		**зачет**
Основы массовой коммуникации Пресс-служба, структура, функции Законодательная база пресс-служб разных типов организаций Пресс-служба в разных типах организаций Взаимодействие пресс-службы со СМИ	ОПК-5	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ОПК-7	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
	ПК-3	ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью		**экзамен**
Введение в теорию менеджмента и история становления менеджмента как науки Философия менеджмента Функции управления Управление трудовыми ресурсами. Управление производством и производительностью Рекламный и PR- менеджмент	УК-6	УК-6.1. Определяет уровень своей готовности к решению профессиональной задачи
	ОПК-2	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	ПК-2	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	ПК-3	ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций

Маркетинг в рекламе и связях с общественностью		**экзамен**
Введение в дисциплину. Маркетинг как современная концепция управления	ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Маркетинговая среда: Стратегическое планирование Система маркетинговой информации Классификация и характеристика рынков Технология сегментирования Позиционирование	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Комплекс маркетинга: Товарная политика Ценовая политика Сбытовая политика Коммуникативная политика Управление маркетингом: Планирование, контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности Этапы развития и организационные структуры маркетинга Маркетинг в рекламной деятельности	ПК-3	ПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
Технология речевого манипулирования		**зачет с оценкой**
Понятие манипуляции. Становление науки о воздействии и манипуляции Психологические основы манипулирования. Механизмы манипулирования общественным мнением Знаковые системы как инструмент манипуляции Способы трансформации информации как манипулятивные приемы Язык как инструмент манипуляции Метафоры как средство манипуляции Речевые манипулятивные приемы в рекламном тексте	ОПК-2	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 создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов
	ОПК-3	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
	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Универсальные техники		ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Социология рекламы и связей с общественностью		**экзамен**
Социология массовой коммуникации История изучения массовой коммуникации Историческая эволюция массовых коммуникаций Массовая коммуникация как социальная подсистема Средства массовой информации и власть Средства массовой информации и отношения собственности Средства массовой информации и общественное мнение Средства массовой информации и социальные проблемы Реклама в средствах массовой информации Паблик Рилейшнз и средства массовой информации Средства массовой информации и молодежная аудитория Социологические методы исследования массовой коммуникации	ОПК-3	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Психология массовой коммуникации		**экзамен**
Психология воздействия. Психологические технологии, приемы, средства и методы воздействия. Их использование в массовой коммуникации. Психологические методы оценки эффективности СМИ. Личность адресата массовой коммуникации. Психологические требования к специалисту медиакоммуникаций.	ОПК-4	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
	ПК-1	ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Организация и проведение коммуникационных кампаний		**экзамен**

Реклама и связи с общественностью в коммуникационном процессе. Управление рекламной и PR кампанией Формы и методы работы со СМИ Частные PR технологи Право и этика рекламной и PR деятельности	ОПК-5	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	ПК-2	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний 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 рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью		**зачет**
Понятие «проект». Место и роль проектами в рекламе и связях с общественностью. Характеристика и классификация проектов. Жизненный цикл проекта. Процесс инициации проекта. Предпроектные исследования. Концептуализация проекта. Концепт, дискрипторы, название проекта. Целеполагание проекта. Тимбилдинг. Процесс организации и планирования проекта. Миссия и видение проекта. SWOT- анализ Процесс реализации проекта. RACE — технология. Работа со стейкхолдерами проекта. Процессы контроля. Оценка эффективности и качества проекта Управление ресурсами проекта. Управление коммуникациями проекта Управление рисками проекта. Тайм-менеджмент проекта Процесс завершения проекта. Маркетинг проекта. Распространение результатов	УК-2	УК-2.5. Характеризует условия эффективного решения поставленной профессиональной задачи
	УК-3	УК-3.6. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи
	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
	ПК-2	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
Логические основы массовых коммуникаций		**зачет**
Предмет логики. Основные логические законы. Понятие. Логические операции с понятиями.	УК-1	УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.

Простые суждения. Модальность. Логические отношения между простыми суждениями. Дедуктивные умозаключения. Выводы из простых суждений. Сложные суждения. Дедуктивные выводы. Выводы из сложных суждений. Индуктивные умозаключения. Аналогия. Логика вопросов и ответов. Логические основы коммуникации. Основные компоненты аргументированного текста: тезис, аргументы, вывод. Требования к тезису, к аргументам. Виды логических аргументов. Психологическая сторона убеждения. Виды аргументации. Софизмы и уловки	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Риторика в рекламе и связях с общественностью		**зачет**
Устные коммуникации в системе средств массовой коммуникации Классическая риторика Риторика и речевое поведение человека Современная практика публичных выступлений Спичрайтинг: от технологии до профессии Виды публичной речи Жанры спичрайтинга	УК-1	УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи
	ОПК-1	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ПК-4	ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей
Теория аргументации		**экзамен**
Логические основы коммуникации. Основные компоненты аргументированного текста: тезис, аргументы, вывод. Требования к тезису, к аргументам Виды логических аргументов Психологическая сторона убеждения Виды аргументации Софизмы и уловки	УК-1	УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.
	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью		**зачет с оценкой**
Функции и задачи отдела рекламы и СО.	УК-6	УК-6.2. Осуществляет самоанализ и рефлексию результатов своих действий

Кадровая работа. Структура отдела рекламы и СО. Работа отдела рекламы и СО в структуре организации. Руководитель отдела рекламы и СО. Место и роль отдела рекламы и СО в структуре организации.	ОПК-2	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	ПК-2	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 рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	ПК-3	ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Внемедийные коммуникации		**экзамен**
Коммуникативная ситуация. Законы, правила и принципы бесконфликтного общения Особенности межличностной коммуникации Этикет как компонент коммуникации	УК-4	УК-4.2. Осуществляет деловую коммуникацию на государственном и иностранном (-ых) языках с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем и социокультурных различий в форматах коммуникации. УК-4.5. Определяет требования к осуществлению деловой коммуникации. УК-4.6. Использует в общении профессиональные средства коммуникации.
Информирование и воздействие как основа коммуникации Устная и письменная коммуникация в научно-учебной сфере Устная и письменная коммуникация в официально-деловой сфере	ОПК-1	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Учебная (научно-исследовательская) практика		**зачет с оценкой**
Проведение инструктажа по содержанию практики. Формулирование целей, задач практики. Проведение инструктажа по охране труда, пожарной безопасности, правилам внутреннего трудового распорядка. Изучение документов, представленных на сайте университета, регламентирующие работу над ВКР (Положение о ВКР, Положение о государственной итоговой аттестации, Положение о контроле посещаемости занятий и успеваемости обучающихся).	УК-1	УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи. УК-1.4. Моделирует процесс решения профессиональной задачи. УК-1.5. Проводит критическую оценку вариантов действий в процессе решения профессиональной задачи УК-1.6. Устанавливает причинно-следственные связи между своими действиями и полученными результатами.
	УК-2	УК-2.1. Осуществляет целеполагание в ситуации решения профессиональной проблемы. УК-2.3. Определяет ресурсную базу, обеспечивающую достижение запланированного результата. УК-2.4. Обосновывает выбранные пути достижения цели.
	УК-4	УК-4.6. Использует в общении профессиональные средства коммуникации.

Изучение научной, научно-методической и методической литературы, связанной с темой ВКР. Поиск в Интернете и изучение специализированных информационных ресурсов, связанных с темой ВКР. Изучение ГОСТ 7.0.100-2018. Написание введения научно-исследовательской работы. Подготовка презентации. Оформление отчетных материалов в дневнике практики. Обсуждение итогов и результатов практики.	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ОПК-4	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 текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
	ОПК-5	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
	ОПК-6	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Профессионально-творческая практика (Рекламный менеджмент)		**зачет с оценкой**
Установочная конференция по практике на кафедре журналистики и медиакоммуникации. Прохождение инструктажа по технике безопасности. Составление плана практики. Согласование темы, цели и гипотез исследования. Изучение отчетной документации по практике. Сбор информации Выбор и реализация методов, технологий, используемых на практике. Организационно-экономическая характеристика организации и характеристика маркетинговой среды. Организация и планирование рекламной деятельности.	УК-1	УК-1.1. Использует системный подход в решении профессиональных задач
	УК-3	УК-3.6. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи
	УК-6	УК-6.3. Демонстрирует личную организованность УК-6.4. Ставит цели (задачи) саморазвития (ближайшей и дальней перспективы и составляет план их достижения УК-6.5. Участвует во внеучебной деятельности и надпредметных проектах
	УК-7	УК-7.3. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности
	ОПК-2	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
	ОПК-3	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
	ОПК-6	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

Анализ и систематизация результатов, выявление проблем в рекламной (коммуникационной) деятельности организации и пути ее совершенствования. Интерпретация полученных результатов. Оформление дневника и отчета практики (с приложениями: проект) Итоговая конференция по практике.	ОПК-7	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
Производственная практика (преддипломная)		**зачет с оценкой**
Согласование перечня индивидуальных заданий. Работа с теоретическими источниками по теме выпускной квалификационной работы. Работа над теоретической и практической главами выпускной квалификационной работы. Подготовка слова для защиты и презентации. Подведение итогов практики. Анализ результатов своей деятельности за период практики. Завершение оформления отчетной документации по практике. Участие в отчетной конференции. Защита отчета по практике.	УК-1	УК-1.1. Использует системный подход в решении профессиональных задач УК-1.2. Осуществляет системный анализ результатов профессиональной деятельности УК-1.3. Подбирает и систематизирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи УК-1.4. Моделирует процесс решения профессиональной задачи УК-1.5. Проводит критическую оценку вариантов действий в процессе решения профессиональной задачи УК-1.6. Устанавливает причинно-следственные связи между своими действиями и полученными результатами
	УК-3	УК-3.1. Характеризует функции членов команды в рамках выполнения командной работы УК-3.2. Определяет условия реализации своей роли в команде УК-3.3. Взаимодействует с другими членами команды в процессе решения поставленной задачи УК-3.4. Координирует свои действия в процессе решения совместных задач УК-3.5. Принимает решения в рамках своей роли в команде УК-3.6. Осуществляет социальное взаимодействие и решает командные задачи
	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

	ОПК-6	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
	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
	ПК-2	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний 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 рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Аналитическая работа, подготовка презентаций, проведение мини-исследования, решение профессиональной задачи, разработка проектов, разработка рекомендаций, подготовка рефератов, докладов, портфолио	
Комплексный экзамен	1. Компетентностно-ориентированный тест 2. Кейс-задание (анализ ситуации и решение профессиональной задачи)	

Рекомендуемая литература

1. Средства массовой коммуникации и социальные проблемы: Хрестоматия: Пер. С англ./ Сост. И.Г. Ясавеев. – Казань: Изд-во Казан. Ун-та, 2000. – 222.
2. Калмыков А.А. Интернет-журналистика [Текст]: учеб.пособие/ А.А. Калмыков. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 383с.
3. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ, М., Аспект Пресс, 2010, 254 с.
4. Васильева Л.А. Делаем новости, М, Аспект-пресс, 2002
5. Березкина О.П. Социально-психологическое воздействие СМИ, М, Академия, 2008, 240 с.
6. Гуревич П.С. Психология рекламы, М, Юнити-Дана, 2005, 287 с.
7. Измайлова М.А.Психология рекламной деятельности, М, Дашков и К, 2012.
8. Капран В.И., Капран О.В. Психология и разработка рекламной продукции, М, Академия, 2008, 240 с.
9. Антонова, Н. В. Психология массовых коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / Н. В. Антонова. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 373 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс)). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)

10. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации: учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 512 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс)). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
11. Адамьянц, Т. З. Социальные коммуникации: учебник для академического бакалавриата / Т. З. Адамьянц. – 2-е изд., пер. и доп. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 200 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс).). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
12. Филатова О.Г. Социология массовой коммуникации [Текст]: учебное пособие/О.Г. Филатова. – М.:Гардарики,2006. – 304с.
13. Касьянов В. В. Социология массовой коммуникации: учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 221 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
14. Березкина О.П., Социально-психологическое воздействие СМИ, М, Академия, 2009, 240с
15. Копнина Г.А., Речевое манипулирование, М, Флинта: Наука, 2007, 176с
16. Ивин А.А. Основы теории аргументации: [учебник]. – М.: Владос, 1997.
17. Тульчинский, Г. Л. Логика и теория аргументации: учебник для академического бакалавриата / Г. Л. Тульчинский, С. С. Гусев, С. В. Герасимов; под ред. Г. Л. Тульчинского. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 233 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
18. Ивин, А. А. Теория и практика аргументации: учебник для бакалавров / А. А. Ивин. – 2-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. – 300 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
19. Поляков В.А. Рекламный менеджмент: учеб. пособие. - М.: КУРС; ИНФРА-М, 2012. - 352 с.
20. Практический менеджмент: учеб. пособие / под общ. ред. Э.М. Короткова - М.: ИНФРА-М, 2012. - 330 с. + CD-R: ил.
21. Менеджмент организации: учебные и производственные практики: учеб. пособие / под ред. Э.М. Короткова, С.Д. Резника - 2-е изд. - М.: ИНФРА-М, 2009. - 170,[4] с.
22. Бадалов Д.С., Василенкова И.И., Пузыревский С.А. Комментарий к Федеральному закону «О рекламе» (постатейный). М., 2004 (ст. ст. 1, 8, 18, 19, 32).
23. Морозов, Г. Б. Правовое регулирование предпринимательской деятельности : учебное пособие для академического бакалавриата / Г. Б. Морозов. – 3-е изд., пер. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 420 с. – (Серия : Бакалавр. Академический курс) (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
24. Кусков, А. С. Потребительское право. Практикум: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. С. Кусков, И. С. Иванов. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 309 с. – (Серия: Бакалавр и магистр. Академический курс) (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
25. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации [Текст]/ Л.Н.Федотова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 236с.
26. Колышкина, Т. Б. Деловые коммуникации, документооборот и делопроизводство : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Т. Б. Колышкина, И. В. Шустина. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 163 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс) (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)

27. Фролов, Ю. В. Теория организации и организационное поведение. Методология организации : учебное пособие для академического бакалавриата / Ю. В. Фролов. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 116 с. (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
28. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд. - М, Аспект Пресс, 2012.
29. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
30. Тимошенко Т.Е. Риторика. – М.: Флинта, 2009. – 96 с.
31. Жильцова, О. Н. Рекламная деятельность : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / О. Н. Жильцова, И. М. Синяева, Д. А. Жильцов. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 233 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс).(Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)

Модуль подготовки по общей направленности или профилю

Цель модуля: формирование у обучающихся профессиональных компетенций общей направленности или профиля	***Планируемые результаты:*** УК-9.1; УК-9.2; УК-9.3; УК-9.4; УК-9.5; УК-9.6; ОПК-4.2; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.3; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.5; ПК-4.6

Маркетинговые исследования в рекламе и связях с общественностью			**экзамен**
Содержание	*Компетенции*	*Индикаторы*	
Содержание и направления маркетинговых исследований Процесс маркетинговых исследований Информация в маркетинговых исследованиях Методы сбора данных в маркетинговых исследованиях Измерения и разработка форм для сбора данных Выборка Сбор данных Анализ данных Подготовка заключительного отчета о проведенном исследовании Прикладные вопросы маркетинговых исследований	ПК-1	ПК-1.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
Основы брендинга			**экзамен**

Введение. История брендинга. Брендинг в современных условиях: Основные характеристики бренда. Тенденции брендинга. Стратегический брендинг: Проектирование бренда. Концепция и стратегии развития бренда. Управление брендом. Марочный капитал. Лояльность бренду, потребительское поведение. Правовые основы брендинга. Прикладные аспекты брендинга: Брендинг в области культуры и политики. Брендинг в России	ОПК-4	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
	ПК-2	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
Бренд-менеджмент		**зачет с оценкой**
Брендинг в современных условиях: Развитие концепции брендинга: от классического брединга к бренд-лидерству. Современные модели бренд – менеджмента. Бренд-менеджмент в системе внутрифирменного управления: Сущность и содержание бренд-менеджмента. Корпоративная культура и корпоративный брендинг. Организационные формы бренд-менеджмента. Капитализация бренда и репутационный капитал. Бренд-имитирование, бренд-заимствование, бренд -копирование, бренд –генерирование. Стратегический бренд-менеджмент: Брендинг в системе стратегического управления. Корпоративная идентичность и корпоративная идентификация: мотивационный анализ и сегментирование. Жизненный цикл бренда. Интегрированные бренд-коммуникации. Сущность и составляющие коммуникационного комплекса. Имиджевая реклама. Разработка программ развития лояльности к брендам. Управление брендовым портфелем	ОПК-4	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
	ПК-2	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-2.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
Предпринимательство в рекламной деятельности		**экзамен**
Методологические основы предпринимательства и коммерческой деятельности	УК-9	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития

Составляющие коммерческой деятельности Планирование снабжения, сбыта и организация коммерческой деятельности Особенности формирования ассортимента, организации закупок, поставок, товародвижения и продажи (сбыта) товаров Анализ и стратегическое планирование коммерческой деятельности предприятия		УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели УК-9.3. Понимает необходимость, цели и формы участия государства в экономике УК-9.4. Понимает сущность и функции предпринимательства УК-9.5. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом) УК-9.6. Применяет экономические инструменты для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности
	ПК-2	ПК-2.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
Технологии продаж		**зачет**
Установление контакта Выявление потребностей Презентация Работа с возражениями и сомнениями Завершение продажи	УК-9	УК-9.6. Применяет экономические инструменты для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности
	ПК-3	ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности
Организация выставочной деятельности		**зачет**
Выставочно-ярмарочная деятельность как социокультурный и экономический феномен. Становление выставочно-ярмарочной деятельности как вида бизнеса: Маркетинговая среда выставочной организации. Базовые (потребительские) свойства выставочных и ярмарочных услуг. Стратегический менеджмент экспобизнеса. Выставочный аудит. Управление каналами распределения и продаж в экспобизнесе. Управление маркетинговыми коммуникациями в экспобизнесе. Управление организацией промышленной выставки:	ПК-3	ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-4	ПК-4.5. Использует практические навыками ведения проектов, связанных с разработкой продукта профессиональной деятельности ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей

Разработка выставочного продукта. Организация мероприятий параллельной программы выставки Планирование выставки. Обеспечение общих, административных, рекламно-информационных и технических услуг на выставке. Специфика рекламных и информационных материалов выставки в СМИ. Вербальный и визуальный ряд рекламных сообщений выставки Выставочно-ярмарочный менеджмент на предприятии: Планирование участия в промышленной выставке. Выбор выставки для участия Организация участия в выставке. Смета на участие в выставке. Разработка корпоративного стенда. Организация работы на стенде. Подготовка стендистов. Подготовка рекламных и информационных материалов для участия выставке. Взаимодействие со СМИ.		
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Аналитическая работа, подготовка презентаций, проведение мини-исследования, решение профессиональной задачи, разработка проектов, разработка рекомендаций, подготовка рефератов, докладов, портфолио	
Комплексный экзамен	1. Компетентностно-ориентированный тест 2. Кейс-задание (анализ ситуации и решение профессиональной задачи)	

Рекомендуемая литература

1. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 340 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
2. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 368 с.
3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 315 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс) (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
4. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд, М, Аспект Пресс, 2012.
5. Минаева Л.В., Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика, М, Аспект Пресс, 2012
6. Минаева Л.В., Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика, М, Аспект Пресс, 2010
7. Четвертков Н.В., Современная пресс-служба, М, Аспект-Пресс, 2010.

8. Ушанов П.В., Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations, М, Флинта; Наука, 2009, 80с
9. Иваницкий В.Л., Основы бизнес-моделирования СМИ, М, Аспект Пресс, 2010, 254с
10. Ивин, А. А. Теория и практика аргументации : учебник для бакалавров / А. А. Ивин. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 300 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
11. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. – М.: Издательство «Юрайт», 2018. – 159 с. (Юрайт. Электронный ресурс: https://biblio-online.ru)
12. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 159 с.
13. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 411 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
14. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
15. Лапуста М.Г., Предпринимательство, М, Инфра-М, 2010, 667с
16. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 417 с. (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
17. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 433 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
18. Добробабенко Е.В., Добробабенко Н.С. Выставка "под ключ". Готовые маркетинговые решения (+CD).- СПб.: Питер, 2007. - 208 с.
19. Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Под ред. Стровского Л.Е. – М.: Юнити-Дана, 2005. (Гриф МО РФ)
20. Петелин В.Г. -Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. - М.: Издательство "Ось-89", 2001. - 208с.
21. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 447с.

Модуль дисциплин по дополнительному виду деятельности

Цель модуля: формирование профессиональных компетенций, необходимых для ведения узконаправленной профессиональной деятельности	***Планируемые результаты:*** УК-1.4; УК-5.4; УК-6.3; УК-6.4; УК-6.5; ОПК-1.1; ОПК-5.1; ПК-3.2; ПК-3.5; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3; ПК-4.4; ПК-4.5; ПК-4.6

Правка и редактирование рекламных текстов		**зачет**
Содержание	*Компетенции*	*Индикаторы*
Классификация рекламных обращений Виды рекламы в печатных изданиях Редактор и автор рекламного текста	ПК-3	ПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде
Критерии оценки рекламного текста Редакторский анализ рекламных текстов	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности

Неэффективная реклама. Ошибки в оформлении и композиции рекламных обращений		ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности
Правка и редактирование PR-текстов		**зачет**
PR-текст: сущностные характеристики Правка и редактирование PR-текстов Технология создания текстов медиакоммуникации Методика обучения созданию рекламного текста Методика обучения созданию PR-текста	ПК-3	ПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде
	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности
Модели анализа рекламного текста		**зачет**
Основные признаки и свойства рекламного текста Формальные признаки рекламного текста Основные подходы к анализу рекламного текста Семантический подход. Структурный подход Жанровые модели рекламного текста. Семиотический подход к анализу рекламного текста	УК-1	УК-1.4. Моделирует процесс решения профессиональной задачи
	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
	ПК-4	ПК-4.3. Знает специфику рекламных и PR-текстов в зависимости от канала распространения
Дизайн в рекламе		**зачет**
Теоретические основы и методология дизайна Системный подход в дизайне Синтагма рекламного сообщения Типология дизайн - средств Формообразование графического рекламного сообщения (пространственно-графическая композиция)	ПК-3	ПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта
	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.2. Знает специфику работы в основных компьютерных программах, используемых при создании продукта профессиональной деятельности
Философия в рекламе		**зачет**
Реклама в пространстве культуры. Интегративность рекламного процесса. Теоретические подходы к осмыслению феномена рекламы (экономический, социально-психологический, культурологический, социологический, философский). Реклама и ценности. Место рекламы в информационном обществе. Массы и массовое сознание	УК-5	УК-5.4. Подбирает способы взаимодействия с представителями различных социокультурных групп
	ОПК-5	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

как объекты рекламного воздействия. Символизация как метод рекламного творчества. Реклама как универсальное знаково-смысловое пространство современной культуры		
Технологии создания рекламного продукта		**зачет с оценкой**
Основы разработки рекламного продукта Функционально-структурные особенности печатной продукции. Особенности проектирования печатной рекламной продукции. Макетирование печатного рекламного продукта Оформление комплекта проектной документации и публичная презентация проекта рекламного продукта. Функционально-структурные особенности рекламной аудиовизуальной продукции. Особенности проектирования аудиовизуальной рекламной продукта. Макетирование аудиовизуального рекламного продукта. Презентация аудиовизуальной рекламной продукции	ПК-4	ПК-4.3. Знает специфику рекламных и PR-текстов в зависимости от канала распространения ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей
Профессионально-творческая практика (Разработка рекламного продукта)		**зачет с оценкой**
Подготовительный: Участие установочной конференции. Знакомство с Положением по производственной практике; правами и обязанностями в период практики; содержанием практики и производственными заданиями; правилами оформления отчетной документацией. Инструктаж по технике безопасности и охране труда. Согласование плана производственной работы на практике. Согласование перечня индивидуальных заданий. Получение направлений на производственную практику Ознакомительный: Знакомство с предприятием - базой практики (спецификой деятельности, организационной	УК-6	УК-6.3. Демонстрирует личную организованность УК-6.4. Ставит цели (задачи) саморазвития (ближайшей и дальней перспективы и составляет план их достижения УК-6.5. Участвует во внеучебной деятельности и надпредметных проектах
	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.2. Знает специфику работы в основных компьютерных программах, используемых при создании продукта профессиональной деятельности ПК-4.3. Знает специфику рекламных и PR-текстов в зависимости от канала распространения ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности ПК-4.5. Использует практические навыками ведения проектов, связанных с разработкой продукта профессиональной деятельности

структурой). Знакомство с историей предприятия, миссией, стратегией развития. Знакомство с общими правилами внутреннего распорядка предприятия. Знакомство с основами корпоративной культуры, традициями, ценностями предприятия. Знакомство с содержанием выполняемых работ. Знакомство с условиями работы и рабочим местом. Знакомство с составом рабочего коллектива. Инструктаж по технике безопасности на рабочем месте Производственный: Анализ внешних и внутренних нормативно-справочных документов, регламентирующих рекламную деятельность организации. Анализ специфики управления рекламными проектами предприятия – базы практики; Анализ проектной работы в процессе управления производством рекламной продукции. Анализ взаимодействия стейкхолдеров производства рекламной продукции с руководителями и сотрудниками организации. Самостоятельное выполнение производственных заданий и взаимодействие с трудовым коллективом на период реализации проекта. Оценочный: Участие в организации потребительской и экспертной оценки результативности и эффективности произведенной продукции. Заключительный: Комплектование и оформление отчетной документации. Участие в заключительной конференции, Выступление с докладом о результатах практики; Обсуждение результатов практики, подведение итогов и проведение аттестации		ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей

Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Аналитическая работа, подготовка презентаций, проведение мини-исследования, решение профессиональной задачи, разработка проектов, разработка рекомендаций, подготовка рефератов, докладов, портфолио
Комплексный экзамен	1. Компетентностно-ориентированный тест (теоретические основы организации воспитательной деятельности). 2. Кейс-задание (анализ ситуации и решение профессиональной задачи по проектированию отдельных компонентов развивающей воспитывающей среды)

Рекомендуемая литература

1. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 159 с. (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
2. Аниськана Н.В., Колышкина Т.Б. Модели анализа рекламного текста, Форум, 2013.
3. Ивин, А. А. Теория и практика аргументации : учебник для бакалавров / А. А. Ивин. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 300 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
4. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и pr-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. – М.: Издательство «Юрайт», 2018. – 159 с. (Юрайт. Электронный ресурс: https://biblio-online.ru)
5. Стилистика и литературное редактирование в 2 т. Том 1: учебник для академического бакалавриата / Л. Р. Дускаева [и др.]; отв. ред. Л. Р. Дускаева. – М.: Издательство «Юрайт», 2018. – 325 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс: https://biblio-online.ru)
6. Стилистика и литературное редактирование в 2 т. Том 2: учебник для академического бакалавриата / Л. Р. Дускаева [и др.]; отв. ред. Л. Р. Дускаева. – М.: Издательство «Юрайт», 2018. – 308 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс: https://biblio-online.ru)
7. Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования. Учеб. пособие . - М., ЮНИТИ — ДАНА, 2010, - 271 с.
8. Ученова В.В. Философия рекламы. М., 2003.

Модуль дисциплин по выбору

Цель модуля: углубленное изучение узловых вопросов определенного систематического курса, усвоение которых повышает качество профессиональной подготовки, а также формирование дополнительных компетенций (теоретических знаний и практических навыков) по отдельным дисциплинам или блокам дисциплин.	***Планируемые результаты:*** ПК-1.1; ПК-1.3; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.4; ПК-4.6

Культурные архетипы в рекламе и связях с общественностью		**зачет**
Содержание	*Компетенции*	*Индикаторы*
Общее понятие об архетипе. Мифологизм рекламы. Картина мира в ритуально-	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности

мифологическом универсуме. Категории времени и пространства в мифе. Архетипы и хронотоп. Тематические группы, устойчивые сюжетные структуры и модели мифов. Система персонажей и предметно-изобразительный код в мифе Реклама и связи с общественностью как средство трансляции мифа и архетипа в современной культуре и медиапространстве.		ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности	
Фольклорно-мифологические образы в маркетинговых коммуникациях			**зачет**
Общее понятие о мифе и фольклоре. Мифологизм современной рекламы. Картина мира в фольклорно-мифологическом комплексе. Категории времени и пространства в мифе и фольклоре. Устойчивые нарративные модели в мифе и фольклоре. Универсальная природа фольклорно-мифологических мотивов и сюжетных схем. Персонажный и предметный коды в мифе и фольклоре. Маркетинговая коммуникация как канал актуализации мифологических и фольклорных образов. Мифопоэтические аспекты современной рекламы.	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности	
Поведение потребителей			**зачет**

Потребитель как объект научного исследования. Потребитель с позиции экономики, социологии, психологии. Глобальные рынки; кросс-культурные вариации в поведении потребителей. Социальная стратификация; социальный статус. Группы и групповые коммуникации. Внутренние факторы поведения потребителей. Восприятие. Обучение, память и позиционирование продукта. Мотивация, личность и эмоции. Персональные ценности, жизненный стиль и ресурсы потребителей. Ситуационные факторы в принятии покупательских решений. Процесс потребительских решений. Осознание потребности и информационный поиск. Оценка и выбор альтернатив. Покупка. Процессы после покупки	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
Управление персоналом в профессиональной сфере			**зачет**
Основные понятия кадрового менеджмента. Характеристика кадровой политики и кадровой стратегия организации. Требования к кадровой политике организации. Кадровые функции руководителя Общая характеристика кадровых функций руководителя и принципы их реализации (общенаучные, управленческие). Кадровое планирование в организации. Адаптация работников в организации. Профессиональная подготовка и переподготовка. Формы и методы организации внутрифирменного обучения. Понятие рынка труда и государственная политика занятости. Свойства рынка труда. Структура рынка труда.	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
Финансовый анализ, бухучет и аудит в профессиональной деятельности			**зачет с оценкой**
Задачи, объекты и метод бухгалтерского учета Учет денежных средств. Учет внеоборотных активов. Учет запасов и затрат. Учет продажи гото-	ПК-2	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 рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	

вой продукции и финансовых результатов. Составление бухгалтерской отчетности. Методы финансового анализа. Анализ платежеспособности и кредитоспособности организации Анализ деловой активности и финансовой устойчивости организации. Планирование и методические подходы к проведению аудита. Аудиторское заключение			
Управление финансами			**зачет с оценкой**
Сущность и функции финансов Финансовая система России Методика финансового планирования деятельности организации Задачи, объекты и элементы метода бухгалтерского учета Учет активов организации Учет обязательств организации Бухгалтерская отчетность организации Вертикальный и горизонтальный анализ бухгалтерской отчетности Анализ платежеспособности и кредитоспособности организации Планирование, проведение и оформление результатов аудита	ПК-2	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 рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	
Кросс-культурный анализ в рекламе			**зачет**
Культурные ценности и потребительское поведение. Социокультурный аспект рекламы Особенности национальных культур в рекламной коммуникации. Проблемы адаптации рекламного текста Процесс глобализации как определяющий фактор развития экономики и культуры на современном этапе. Кросс-культурные аспекты и глобальные маркетинговые стратегии в рекламе	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности	

Кросс-культурный анализ в связях с общественностью			**зачет**
Культурные ценности и связи с общественностью Социокультурный аспект PR Особенности национальных культур в PR-коммуникации. Проблемы адаптации PR-текста Процесс глобализации как определяющий фактор развития экономики и культуры на современном этапе. Кросс-культурные аспекты и глобальные стратегии в связях с общественностью	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности	
Основы медиапланирования			**экзамен**
Основы медиаметрии. Сегментирование рынка медиаисследований. Методология медиаметрии Методы сбора информации. Обработка и анализ информации в медиаметрии. Особенности измерения аудитории различных категорий массмедиа. Основы медиапланирования..Показатели медиаэффектов. Расчет охвата рекламной кампании. Расчет оптимальной частоты. Организация медиапланирования. Содержание проектной документации в медиапланировании. Методы медиапланирования. Разработка медиастратегии. Расчет медиамикса. Разработка медиатактики. Специфика тактического медиапланирования. Подготовка медиакарты для разработки медиатактики. Разработка медиаструктуры рекаламной кампании методом конкурентного паритета. Расчет медиамикса для планирования медиатактики методом целей и задач. Оперативное медиапланирование. Подготовка медиабрифа. Разработка медиаплана методом конкурентного паритета. Разработка медиаплана методом целей и за-	ПК-3	ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	

дач. Оптимизация медиаплана. Оценка эффективности медиаплана при планировании методом целей и задач.			
Коммуникации в контексте постиндустриального общества			**экзамен**
Глобализация мировой культуры Массовая культура: характеристика, пути формирования, тенденции развития. Инструменты управления коммуникативными процессами. Информационная виртуальная реальность. Картина мира и интеграционные процессы. Интеграция и дезинтеграция. Массовая культура: характеристика, пути формирования, тенденции развития Инструменты управления коммуникативными процессами. Информационные агентства: современная практика. Технологии создания и особенности функционирования информационной виртуальной реальности. Картина мира постиндустриального общества	ПК-3	ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
Реклама как поликодовый текст			**зачет**
Основные понятия семиотики. Информационная природа знака. Понятие текста в лингвистике Понимание рекламного текста. Коммуникативно-прагматический компонент рекламного текста. Семиотические коды в рекламном тексте Принцип комплементарности семиотических кодов в рекламном тексте	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей	
Творчество в рекламной деятельности			**зачет**
Креатив и стратегия рекламы. Креатив. Качества креатива. Креатив и потребности целевой аудитории. Информационное и эмоциональное наполнение. Создание рекламного образа	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей	

Мотивационный анализ в рекламе. Тестирование рекламы. Методы Мозгового штурма и Синектики. Проблемы решения творческих задач. Эвристика. Психологическая активизация творческого мышления. Психологические барьеры и их преодоление. Стереотипизация. Стереотип и стереотипизация в рекламе. Нестандартная реклама, ее типы и задачи. Фанки-креатив. Фанки-креатив в рекламе, дизайне, продвижении. Юмор в рекламе. Особенности использования юмора в рекламе.		
Спецсеминар по рекламе		**зачет с оценкой**
Проблематика исследований рекламной коммуникации: Основные направления исследований рекламной коммуникации: способы и средства воздействия в рекламной коммуникации, рекламный образ и средства его создания Основные направления исследований рекламной коммуникации: ключевые концепты рекламной коммуникации, средства идентификации целевой аудитории в рекламной коммуникации. Этапы и структура исследования: Этапы исследования. Структура научной работы. Методы исследования рекламной коммуникации: Общенаучные методы. Специальные методы. Исследование эффективности рекламной коммуникации: Виды эффективности рекламной коммуникации. Способы измерения разных видов эффективности. Представление эффективности рекламной коммуникации	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
	ПК-2	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 рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	ПК-3	ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей
Спецсеминар по связям с общественностью		**зачет с оценкой**
Проблематика исследований PR-коммуникации: Основные направления исследований PR-	ПК-1	ПК-1.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

коммуникации: способы и средства воздействия в PR-коммуникации. Основные направления исследований PR-коммуникации: ключевые концепты PR-коммуникации, средства идентификации целевой аудитории в PR-коммуникации. Этапы и структура исследования: Этапы исследования. Структура научной работы. Методы исследования PR-коммуникации: Общенаучные методы. Специальные методы. Исследование эффективности PR-коммуникации: Виды эффективности PR-коммуникации. Способы измерения разных видов эффективности. Представление эффективности PR-коммуникации		ПК-1.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
	ПК-2	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 рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта
	ПК-3	ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде ПК-3.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами
	ПК-4	ПК-4.1. Знает технологические требования к разработке, производству и размещению продукта профессиональной деятельности ПК-4.4. Работает с техническим заданием на разработку продукта профессиональной деятельности ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Аналитическая работа, подготовка презентаций, проведение мини-исследования, решение профессиональной задачи, разработка проектов, разработка рекомендаций, подготовка рефератов, докладов, портфолио	

Рекомендуемая литература

1. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 340 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
2. Каменева Н.Г. Маркетинговые исследования. - М.: ИНФРА-М, 2012. - 368 с.
3. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / А. П. Карасев. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 315 с. — (Серия : Бакалавр. Прикладной курс) (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
4. Чумиков А.Н., Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд, М, Аспект Пресс, 2012.
5. Минаева Л.В., Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика, М, Аспект Пресс, 2012
6. Минаева Л.В., Внутрикорпоративные связи с общественностью. Теория и практика, М, Аспект Пресс, 2010
7. Четвертков Н.В., Современная пресс-служба, М, Аспект-Пресс, 2010.
8. Ушанов П.В., Медиа рилейшнз. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations, М, Флинта; Наука, 2009, 80с
9. Иваницкий В.Л., Основы бизнес-моделирования СМИ, М, Аспект Пресс, 2010, 254с

10. Ивин, А. А. Теория и практика аргументации : учебник для бакалавров / А. А. Ивин. — 2-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 300 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
11. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. – М.: Издательство «Юрайт», 2018. – 159 с. (Юрайт. Электронный ресурс: https://biblio-online.ru)
12. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: имидж, репутация, бренд: учеб. пособие для студентов вузов. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 159 с.
13. Домнин, В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — М.: Издательство Юрайт, 2018. — 411 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
14. Пономарёва, Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. А. Пономарёва. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 341 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
15. Лапуста М.Г., Предпринимательство, М, Инфра-М, 2010, 667с
16. Кузьмина, Е. Е. Организация предпринимательской деятельности : учебное пособие для прикладного бакалавриата / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., пер. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 417 с. (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
17. Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для академического бакалавриата / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 433 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). (Юрайт. Электронный ресурс https://biblio-online.ru)
18. Добробабенко Е.В., Добробабенко Н.С. Выставка "под ключ". Готовые маркетинговые решения (+CD).- СПб.: Питер, 2007. - 208 с.
19. Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Под ред. Стровского Л.Е. – М.: Юнити-Дана, 2005. (Гриф МО РФ)
20. Петелин В.Г. -Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. - М.: Издательство "Ось-89", 2001. - 208с.
21. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 447с.