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.

Социально-гуманитарный модуль	
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, нетерпимого отношения к коррупционному поведению, раскрывающей теоретические и практические положения исторической науки, культуры, финансово-экономического развития общества;	***Планируемые результаты:*** УК-1, УК-2, УК-3, УК-5, УК-9, УК-10, ОПК-1

систематизированной информации о нормативно-правовых основах профессиональной деятельности, возможности принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности		
История России		**зачет с оценкой**
Содержание	***Компетенции***	***Индикаторы***
Эпоха Древней Руси и Московского царства (IX-XVII вв.). Предмет, задачи и методология изучения истории. История России в период раннего средневековья. Централизованное Московское государство в XIV-XVII вв. Россия в Новое время (XVIII – нач. XX вв.). Россия в XVIII веке. Российская империя в XIX столетии. пРоссия на рубеже XIX – XX вв. Эпоха революций. Советское государство в 20-е – 80-е гг. XX столетия. Советское государство в 20-х – 30-х гг. XX в. «Без срока давности». Советский Союз накануне и в годы Великой Отечественной войны. СССР в 1945-1985 гг. Эпохи позднего Сталина, Хрущева, Брежнева. «Перестройка» М.С. Горбачева (1985-1991 гг.). Распад СССР. Россия на современном этапе развития (конец XX – начало XXI столетий). Становление новой российской государственности (1992-2000 гг.). Россия на рубеже тысячелетий. Тенденции развития современной России. Специальная военная операция. Россия в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны.	УК-5	УК-5.1 Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества УК-5.3 Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
Философия		**Зачет с оценкой**
Философия, её предмет и место в культуре. Философские проблемы области профессиональной деятельности. Философия Древнего мира. Философия	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение.

Средневековья и эпохи Возрождения. Философия Нового времени. Немецкая классическая философия. Западноевропейская философия XIX-XX веков. Традиции отечественной философии. Философская онтология. Теория познания. Философия и методология науки. Социальная философия и философия истории. Философская антропология		УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений
	УК-5	УК-5.1 Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества УК-5.3 Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
Финансово-экономический практикум		**зачет**
Основы финансовой грамотности Финансовая система Российской Федерации Бюджетная система Российской Федерации Рыночная экономика России Инвестиции и инвестиционный процесс в Российской Федерации Экономическая система современной России	УК-9	УК-9.1 Понимает базовые принципы экономического развития и функционирования экономики, цели и формы участия государства в экономике УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
Нормативно-правовые основы профессиональной деятельности. Антикоррупционное поведение		**Зачет**
Основы правовых знаний. Конституционные основы профессиональной деятельности. Основы правовых знаний. Конституция РФ — основной закон государства. Военная доктрина РФ. Законодательство РФ о прохождении военной службы. Источники права. Юридическая ответственность в сфере профессиональной деятельности. Источники права. Понятие правонарушения и юридической ответственности. Коррупция в сфере образования.	УК-2	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов.
	УК-10	УК-10.1. Понимает социально-экономические причины коррупции, проявления экстремизма и терроризма, принципы, цели и формы

Противодействие коррупции, экстремизму, терроризму. Административные и гражданские правоотношения в сфере профессиональной деятельности. Административные правоотношения в профессиональной деятельности. Гражданские правоотношения в профессиональной деятельности. Семейные и трудовые правоотношения в профессиональной деятельности. Семейные правоотношения. Трудовые правоотношения в профессиональной деятельности.		борьбы с проявлениями коррупционного поведения, проявлениями экстремизма и терроризма. УК-10.2. Идентифицирует и оценивает коррупционные риски, демонстрирует способность противодействовать коррупционному поведению. УК-10.3 Знает особенности профилактики и борьбы с проявлениями экстремизма и терроризма в молодежной среде
	ОПК-1	ОПК-1.1. Понимает и объясняет сущность приоритетных направлений развития образовательной системы Российской Федерации, законов и иных нормативно-правовых актов, регламентирующих образовательную деятельность в Российской Федерации, нормативных документов по вопросам обучения и воспитания детей и молодежи, федеральных государственных образовательных стандартов дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего, среднего профессионального образования, профессионального обучения, законодательства о правах ребенка, трудового законодательства. ОПК-1.2. Применяет в своей деятельности основные нормативно-правовые акты в сфере образования и нормы профессиональной этики, обеспечивает конфиденциальность сведений о субъектах образовательных отношений, полученных в процессе профессиональной деятельности
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. 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	УК-5	УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений. УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества. УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

культур. Основания типологии культуры: региональная типология; историческая типология; российский тип культуры.		
Основы российской государственности		**зачет**
Что такое Россия Российское Государство цивилизация Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации Политическое устройство России Вызовы будущего и развитие страны	УК-5	УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции
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: - ознакомление с принципами формирования государственной политики в сфере межнациональных отношений, терпимости и толерантности; - оценка и анализ социальных и политических явлений и процессов; - анализ нормативно-правовой составляющей профессиональной деятельности; - оценка и анализ явлений и процессов сферы культуры; - принятие эффективного решения поставленной профессиональной задачи. Задача практики сформировать навыки применения в своей деятельности основных нормативно-правовых актов в сфере образования и норм профессиональной этики, которые обеспечивают конфиденциальность сведений о субъектах	УК-2	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов.
	УК-3	УК-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения. УК-3.2. Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия, в том числе с различными организациями.
	УК-5	УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений. УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества.

образовательных отношений, полученных в процессе профессиональной деятельности	УК-9	УК-9.1 Понимает базовые принципы экономического развития и функционирования экономики, цели и формы участия государства в экономике УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
	УК-10	УК-10.1. Понимает социально-экономические причины коррупции, проявления экстремизма и терроризма, принципы, цели и формы борьбы с проявлениями коррупционного поведения, проявлениями экстремизма и терроризма. УК-10.2. Идентифицирует и оценивает коррупционные риски, демонстрирует способность противодействовать коррупционному поведению. УК-10.3 Знает особенности профилактики и борьбы с проявлениями экстремизма и терроризма в молодежной среде
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Подготовка к тестовым заданиям, аналитическая работа, выполнение практических заданий по работе с источниками, работа с научной литературой, составление глоссария, поиск и анализ нормативно-правовой документов в системе Консультант Плюс, анализ философских текстов, подготовка докладов, подготовка презентаций, проведение мини-исследования, подготовка эссе, подготовка конспектов выступлений на семинаре с последующим выполнением практических заданий, подготовка к дискуссии, подготовка к устному опросу, анализ культурологических источников, подготовка проекта	
Комплексный экзамен	1. Выполнение компетентностно-ориентированного теста 2. Представление проекта	
Рекомендуемая литература		
1. Орлов А. С. История России [Текст] / А. С. Орлов [и др.]. – М.: Проспект, 2006. – 528 с. 2. 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. 3. Всемирная история [Текст]: учебник для академического бакалавриата. Часть 2: История Нового и Новейшего времени. / под ред. Г. Н. Питулько - М.: Юрайт, 2017. - 295 с. 4. 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».		

5. 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.
6. 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.
7. Финансовая грамотность: учебник для вузов / науч. ред. Р. А. Кокорев. — Москва : Издательство Московского университета, 2021. — 568 с. uchebnik_e_book.pdf
16. Финансовая грамотность: практикум для студентов вузов / науч. ред. Р. А. Кокорев. — Москва : Издательство Московского университета, 2021. — 79 с.: ил praktikum_e_book.pdf
8. История Отечества IX – начала XXI века : учебное пособие с грифом УМО / К.В. Фадеев [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — Томск, ЭБС АСВ, 2015. — 506 с. — 978-5-93057-655-9. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75081.html
9. Никифоров Ю.С. Актуальные проблемы новейшей истории России 1945-2013 гг. Ярославль: Изд-во ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, 2014. – 91с. 28 экз.
10. Культурология: учебное пособие для вузов / И. Ф. Кефели [и др.] ; под редакцией И. Ф. Кефели. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 165 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06542-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451670
11. История Средних веков [Текст]: учебник для академического бакалавриата. / под ред. И. Н. Осиновского, Г. А. Ртищевой, Н. В. Симоновой - М.: Юрайт, 2017. - 462 с.
. Новая история стран Европы и Америки. XVI-XIX века [Текст]: учеб. для студ. вузов : в 3 ч.. / [А. М. Родригес и др.]; под ред. А. М. Родригеса, М. В. Пономарева - М.: Владос, 2014. Ч. 1. - 528 с.; Ч. 2. - 621 с.; Ч. 3. - 703 с.
13. Лавриненко, В. Н. Философия в 2 т. Том 1. История философии : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; ответственный редактор В. Н. Лавриненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 275 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03384-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/451603
14. Лавриненко, В. Н. Философия в 2 т. Том 2. Основы философии. Социальная философия. Философская антропология : учебник и практикум для вузов / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан ; ответственный редактор В. Н. Лавриненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 283 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03386-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451604
15. Алексеев, П. В. Философия [Текст]: учебник / П. В. Алексеев, А. В. Панин. - 4-е изд.,перераб.и доп. - М.: Проспект, 2007. - 588 с.
16. Шкатулла В. И. Правоведение [Текст]: для студ. неюридических фак. высш. учеб. заведений / В. И. Шкатулла, В. В. Надвикова, М. В. Сытинская; под. ред. В. И. Шкатуллы. - 7-е изд., испр. и доп. - М.: Академия, 2008. - 528 с.
17. Экономическая теория: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Б. В. Корнейчук. – М.: Издательство Юрайт, 2020, 402с.
18. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методология и методика социологического исследования: Учебник. М.: Академический Проект; Альма Матер, 2009. - 537 с.
19. Шевелёва, С.А. Основы экономики и бизнеса: Учебное пособие / С.А. Шевелёва, В.Е. Стогов. - М.: Юнити, 2017. - 128 с.

20. 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.
21. Столяров А. М. Призрак нации. Русский этнос в постсовременности. Издательство: Страта. Санкт-Петербург, 2019. 327 с.
22. Пискунов А.И., Бурдина О. Мировые религии в современном социуме: основы вероучений и предотвращение преступлений на межэтнической и межконфессиональной почве. Учебное пособие. Издательство: ПРОСПЕКТ. М., 2021. 136 с.
23. Кравченко А. И. Социология. Учебник. Издательство: Проспект. М. 2022. 456 с.
24. Мухаев Р. Т. Политология. Учебник. Издательство: ПРОСПЕКТ. Москва, 2020. 640 с.
25. Глотов М.Б. Общая социология: учебное пособие для студентов вузов. – М.: Академия, 2020. – 392 с.
26. Зборовский Г. Е. Общая социология: учебник для вузов - 3-е изд., испр. и доп. - М.: Гардарики, 2020. - 591 с.
27. Добреньков В.И., Кравченко А.И. Социология / Классический университетский учебник.- М.: ИНФРА-М, 2020.- 623 с.

Коммуникативно-цифровой 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, ОПК-2, ОПК-7, ОПК-9

Иностранный язык			**зачет с оценкой**
Содержание	***Компетенции***	***Индикаторы***	
Я. Моя семья. Мои друзья. Социальные контакты. Дом. Квартира. Интерьер. Рекламное объявление: поиск и аренда недвижимости. Жизнь студента: рабочий день, учебные занятия, выходной день. Отдых. Спорт. Фитнес. Еда. Рестораны. Онлайн-доставка. Магазины. Покупки. Онлайн-шопинг. Путешествие. Туризм. Бронирование отелей. Бронирование билетов. Россия. Москва. Ярославль – жемчужина «Золотого кольца» России. Объединенное королевство Великобритании и Северной Ирландии / Германия / Франция. Англоговорящие страны / Немецкоговорящие страны / Франкоговорящие страны. Традиции и праздники стран изучаемого языка. Кухня как часть национальной культуры. Культура и искусство стран изучаемого языка. Система образования в России и в стране изучаемого языка. Будущая профессия. Профессиональные интересы. Работа.	УК-4	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка РФ и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения. УК-4.3. Осуществляет коммуникацию в цифровой среде для достижения профессиональных целей и эффективного взаимодействия.	

Карьера. Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского. Университетские кампусы. Медиасервисы. Сайт университета. Перевод и чтение текстов по специальности. Реферирование.		
Русский язык. Речевые практики		**зачет**
Речевое общение и речевая деятельность Культура общения	УК-3	УК-3.2. Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия, в том числе с различными организациями
Стратегии чтения и понимания учебного и научного текстов Приемы создания текстов различных жанров в ситуации учебно-научного и делового общения	УК-4	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка РФ и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения.
Информационные технологии и кибербезопасность		**зачет**
Информационная модель образовательного процесса. Строение информационно-образовательной среды. Аппаратное обеспечение ЦИОС. Классификация цифровых образовательных ресурсов. Прикладное программное обеспечение ЦИОС. Мультимедиа в образовании.	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
Инструментарий разработки контента цифровых образовательных ресурсов Информационно-деятельностная модель дистанционного образования. Системы управления обучением (LMS). Сайт образовательной организации. Информационные угрозы и способы защиты от них. Резервирование, шифрование и безопасная передача информации.	ОПК-2	ОПК-2.2. Проектирует индивидуальные образовательные маршруты освоения программ учебных предметов, курсов, дисциплин (модулей), программ дополнительного образования в соответствии с образовательными потребностями обучающихся. ОПК-2.3. Осуществляет отбор педагогических и других технологий, в том числе информационно-коммуникационных, используемых при разработке основных и дополнительных образовательных программ и их элементов

	ОПК-9	ОПК-9.1. Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности. ОПК-9.2. Демонстрирует способность использовать цифровые ресурсы для решения задач профессиональной деятельности.
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 осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; - умением определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; - навыками поиска, критического анализа и синтеза информации; - умением осуществлять системный подход для решения поставленных задач; - умением осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). В рамках практики у обучающихся вырабатываются стратегии действий по использованию базового инструментария систем дистанционного обучения (СДО Moodle, другие интернет-платформы и облачные приложения, содержащие образовательные материалы, инструменты для их создания, редактирования) для развития цифрового моделирования образовательных программ.	УК-2	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов.
	УК-3	УК-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения. УК-3.2. Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия, в том числе с различными организациями.
	ОПК-2	ОПК-2.3. Осуществляет отбор педагогических и других технологий, в том числе информационно-коммуникационных, используемых при разработке основных и дополнительных образовательных программ и их элементов
	ОПК-7	ОПК-7.1. Взаимодействует с родителями (законными представителями) обучающихся с учетом требований нормативно-правовых актов в сфере образования и индивидуальной ситуации обучения, воспитания, развития обучающегося. ОПК-7.2. Взаимодействует со специалистами в рамках психолого-медико-педагогического консилиума.

		ОПК-7.3. Взаимодействует с представителями организаций образования, социальной и духовной сферы, СМИ, бизнес-сообществ и др.
	ОПК-9	ОПК-9.1. Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности. ОПК-9.2. Демонстрирует способность использовать цифровые ресурсы для решения задач профессиональной деятельности.
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	Анализ возможностей информационно-образовательной системы и сайтов образовательных учреждений; аналитическая работа с текстом (чтение, перевод, составление словаря); выполнение фонетических, грамматических, лексических упражнений; аннотирование, реферирование текстов; выполнение письменных заданий тренировочного характера; решение практических (коммуникативных) задач; составление презентаций в рамках изучаемой тематики; составление монологических и диалогических высказываний в рамках изучаемой тематики; подготовка к тестовым и контрольным работам; работа в электронно-образовательной среде Moodle; разработка цифровых образовательных ресурсов с использованием готовых текстов заданий; подготовка рефератов, презентаций, проектов; составление тезисов и конспектов; подготовка докладов; аргументативных высказываний; решение практических задач; подготовка к деловой игре, поиск и аннотирование тематических ЦОР, изучение, анализ, конспектирование учебно-методической литературы и онлайновых источников по теме, а также нормативно-правовой документации в области авторского права и защиты людей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию, сравнение возможностей лицензионного и freeware программного обеспечения, обработка цифровых фотографий, разработка тематического контента ЦОР, создание и редактирование статьи в технологии вики-разметки, анализ способов создания криптостойких паролей	
Комплексный экзамен	1. Выполнение компетентностно-ориентированного теста (Иностранный язык; Русский язык. Речевые практики; Цифровая информационно-образовательная среда и кибербезопасность). 2. Представление проекта (технологическая карта проекта, цифровое образовательное решение) в среде электронного обучения Moodle.	
Рекомендуемая литература		
1. Богацкий И.С. Бизнес-курс английского языка: словарь-справ. / И.С. Богацкий, Н.М. Дюканова; под общ. ред. И.С. Богацкого. – 5-е изд.,испр. – М.: Айрис-пресс, 2007. – 352 с. 2. Захарова И.Г. Информационные технологии в образовании. – М.: Академия, 2011. 192 с.		

3. Куранова Т. П. Русский язык и культура речи в сфере профессиональной коммуникации: учебное пособие. – Ярославль: РИО ЯГПУ, 2021. 107 с.
4. Куранова Т. П. Русский язык и культура речи: учебное пособие. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2014 (2018). – 263 с. - URL: http://cito-web.yspu.org/rio/2014/2014-1-37.pdf.
5. Зимина, Л. И. Немецкий язык [Электронный ресурс]: учебное пособие для прикладного бакалавриата / Л. И. Зимина, И. Н. Мирославская. – 3-е изд., испр. и доп. – Электрон. текстовые данные. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 147 с. – (Серия : Бакалавр. Прикладной курс). – ISBN 978-5-534-02473-9. – Режим доступа : https://biblio-online.ru/book/FA4924B4-0E1A-402F-9CAA-978D531F04B1/nemeckiy-yazyk.
6. Попова, И.Н. Французский язык [Текст] = Manuel de francais: учебник для 1 курса ВУЗов и факультетов иностранных языков / И.Н. Попова, Ж.А. Казакова, Г.М. Ковальчук. – 21-е изд., испр. – М.: Нестор Академик, 2011. – 576 с.
7. Степанова, С.Н. Английский язык для направления «Педагогическое образование» [Текст] = English for the Direction «Pedagogical Education»: учебник для студентов учреждений высшего профессионального образования / С.Н. Степанова, С.И. Хафизова, Т.А. Гревцева; под ред. С.Н. Степановой. – 2-е изд., испр. – М.: Академия, 2011. – 224 с.
8. Русский язык и культура речи речи: 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). – Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://biblio-online.ru/bcode/412788.
9. Арбатская О. А. Русский язык и культура речи. Практикум: учебное пособие для вузов. – 2-е изд. – М.: Издательство «Юрайт», 2018. – 123 с. – (Серия: Университеты России). – (Юрайт. Электронный ресурс: https://biblio-online.ru).
10. Могилев, А. В. Информатика [Текст]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по педагогическим специальностям. / А. В. Могилев, Н. И. Пак, Е. К. Хеннер — М.: Академия, 2012. — 840 с.
11. Полат, Е. С. Современные педагогические и информационные технологии в системе образования [Текст]: учеб. пособие для студ.вузов / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина; М. Ю. Бухаркина — М.: Академия, 2008. — 368 с.
12. Петров, С.В. Информационная безопасность [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Петров С.В., Кисляков П.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Ар Букс, 2015.— 326 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/33857.html.— ЭБС «IPRbooks»
13. Гаврилов, М. В. Информатика и информационные технологии : учебник для вузов / М. В. Гаврилов, В. А. Климов. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00814-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449779.
14. Овчинникова, К. Р. Дидактическое проектирование электронного учебника в высшей школе: теория и практика : учебное пособие / К. Р. Овчинникова. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 148 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08823-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/491682.

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	***Планируемые результаты:*** УК-1, УК-7, УК-8, ОПК-3; ОПК-9

здоровому образу жизни, воспитанием безопасного типа поведения личности, а также поддержание интереса к занятиям физической культурой и спортом		
Основы медицинских знаний		**зачет**
Содержание	***Компетенции***	***Индикаторы***
Биологические и социальные аспекты здорового образа жизни. Основные понятия и определения дисциплины. Определения здоровья. Факторы, влияющие на здоровье детей и подростков. Здоровое сбалансированное питание.	УК-8	УК-8.1. Оценивает факторы риска, умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих в повседневной жизни и в профессиональной деятельности.
Основы микробиологии, эпидемиологии и иммунологии. Основные понятия эпидемиологии и микробиологии. Основные понятия иммунологии. Особенности современных инфекционных заболеваний. Основные противоэпидемические мероприятия. Понятие о неотложных состояниях и первой помощи при них. Реанимация. Неотложные состояния при заболеваниях сердечно-сосудистой системы. Неотложные состояния при заболеваниях дыхательной системы. Неотложные состояния при заболеваниях желудочно-кишечного тракта. Неотложные состояния при заболеваниях эндокринной системы. Понятие о смерти и ее этапах. Реанимация. Способы введения лекарственных веществ. Характеристика травматизма, первая помощь при травмах и профилактика. Раны: виды, опасности и осложнения. Понятие о закрытых повреждениях. Переломы костей, их виды. Транспортная иммобилизация Травматический шок. Термические повреждения. Десмургия. Кровотечения: виды, опасности, способы временной остановки. Переломы костей, их виды. Транспортная иммобилизация. Медицинская обеспеченность войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях. Первая помощь при применении оружия массового уничтожения. Профилактика химических зависимостей. Основные понятия токсикологии. Классификация наркотических веществ. Клиника зависимостей. Алкоголизм. Табакокурение. Репродуктивное здоровье. Половое воспитание. Медико-педагогические аспекты профилактики болезней, передающихся	ОПК-3	ОПК-3.1. Проектирует диагностируемые цели (требования к результатам) совместной и индивидуальной учебной и воспитательной деятельности обучающихся, в том числе с особыми образовательными потребностями, в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов

половым путем. Беременность, роды у юных. Контрацепция. Аборт и его осложнения.			
Безопасность жизнедеятельности			**зачет**
Теоретические основы безопасности жизнедеятельности 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 характера и защита населения от их последствий. Чрезвычайные ситуации техногенного характера и защита населения от их последствий. Национальная безопасность РФ. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие. Радиационная, химическая и биологическая защита	УК-8	УК-8.1. Оценивает факторы риска, умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих в повседневной жизни и в профессиональной деятельности УК-8.2. Знает и может применять методы защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов, формирует культуру безопасного и ответственного поведения.	
Физическая культура и спорт			**зачет**
Теоретико-практические основы физической культуры. Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры и спорта. Физическая культура в обеспечении здоровья. Основы здорового образа жизни студента. Международное студенческое спортивное движение, История олимпийского движения. Методы и способы формирования умений средствами физической культуры. Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Спорт. Индивидуальный выбор и особенности занятий спортом или системой физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка студентов. Строевые приемы и движение без оружия. Строй и	УК-7	УК-7.1. Определяет личный уровень сформированности показателей физического развития и физической подготовленности. УК-7.2. Владеет технологиями здорового образа жизни и здоровьесбережения, отбирает комплекс физических упражнений с учетом их воздействия на функциональные и двигательные возможности, адаптационные ресурсы организма и на укрепление здоровья.	

его элементы. Виды строя. Обязанности командиров, военнослужащих перед построением и в строю. Строевой расчет. Строевая стойка. Движение строевым шагом. Назначение, устройство, боевые свойства, и применение ручных гранат. (Ф-1, РГД-5, РПГ).			
Элективные дисциплины по физической культуре и спорту			**зачет**
Организация и проведение соревнований по спортивной гимнастике. Причины травматизма. Меры предупреждения травм. Особенности спортивных травм в процессе занятий и соревнований по спортивной гимнастике. Организационная подготовка к соревнованиям. Средства гимнастики. Основы техники и методика обучения гимнастическим упражнениям. Использование средств гимнастики в работе с различным контингентом занимающихся. Понятие фитнес. Оздоровительная аэробика. Базовая аэробика. Силовая тренировка.	УК-7	УК-7.1. Определяет личный уровень сформированности показателей физического развития и физической подготовленности. УК-7.2. Владеет технологиями здорового образа жизни и здоровьесбережения, отбирает комплекс физических упражнений с учетом их воздействия на функциональные и двигательные возможности, адаптационные ресурсы организма и на укрепление здоровья.	
Основы военной подготовки			**зачет**
Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации: Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание. Внутренний порядок и суточный наряд. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы. Огневая подготовка из стрелкового оружия Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия. Основы тактики общевойсковых подразделений Вооруженные Силы Российской Федерации их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ. Основы общевойскового боя.	УК-8	УК-8.1. Оценивает факторы риска, умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих в повседневной жизни и в профессиональной деятельности УК-8.2. Знает и может применять методы защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов, формирует культуру безопасного и ответственного поведения.	

Основы инженерного обеспечения. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника. Военная топография Местность как элемент боевой обстановки. Измерения и ориентирование на местности без карты, движение по азимутам. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе. Определение координат объектов и целеуказания по карте.		

Рекомендуемая литература

1. Дробинская А.О. Анатомия и возрастная физиология [Текст]. М.: Юрайт, 2018. 414 с.
2. 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 – Москва: Издательство Юрайт, 2019 425 с.- (Высшее образование).
3. Соломин В.П. Безопасность жизнедеятельности для педагогических и гуманитарных направлений. М., Юрайт, 2018. 399 с.
4. Вишняков Я.Д. и др., Безопасность жизнедеятельности. Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях. – М.: Академия, 2007. – 304 с.
5. Безопасность жизнедеятельности. Опасные ситуации техногенного характера и защита от них – учебник для студентов высших учебных заведений / Под редакцией Б.С. Мастрюкова, 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Издательский центр «Академия», 2009.
6. Михайлов Л.А. Безопасность жизнедеятельности. – М.: Академия, 2011. – 272 с.
7. Соломин В.П. Безопасность жизнедеятельности для педагогических и гуманитарных направлений. – М.: Юрайт, 2020. – 399 с.
8. Дробинская А.О. Анатомия и возрастная физиология. М.: Юрайт, 2018. 414 с.
9. Тихомирова И.А. Анатомия и возрастная физиология [Текст]/ И.А. Тихомирова. – Ростов н/Д.: Феникс, 2015. – 285с.
10. Лытаев С.А., Пуговкин А.П., Основы медицинских знаний [Текст]/ С.А. Лытаев, А.П. Пуговкин. - М., Академия, 2011, 272с.
11. Туманян Г.С. Здоровый образ жизни и физическое совершенствование. -М. Академия, 2009. - 336 с.
12. Назарова Е.Н., Жилов Ю.Д. Анатомия и возрастная физиология [Текст]/ Е.Н. Назарова, Ю.Д. Жилов. – М.: Академия, 2011. – 256с.
13. Журавин М.Л., Меньшиков Н.К. «Гимнастика» М., «Академия», 2006 г. - 448с.
14. Бурухин С.Ф. "Гимнастика в школе". Учебное пособие. Яр., ЯГПУ, 2006 – 244 с
15. Бурухин С.Ф., Методика обучения физической культуре. Гимнастика, М, Юрайт, 2017, 240с
16. Бурухин С.Ф., Горбачев М.С., Средства гимнастики в процессе обучения студентов педагогического вуза, Ярославль, Канцлер, 2020, 260с.

Модуль учебно-исследовательской и проектной деятельности

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, ОПК-9, ПК-5
Математические методы обработки данных в профессиональной деятельности	**зачет**

Содержание	*Компетенции*	*Индикаторы*
Математика в современном мире Взаимодействие математики и профессиональной сферы научного знания Теоретико-множественные и логические основы обработки данных Комбинаторные методы Вероятностные методы Метод описательной статистики. Вариационный ряд и его числовые характеристики Анализ статистических зависимостей. Корреляционный анализ Проверка статистических гипотез	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
	ОПК-9	ОПК-9.1. Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности. ОПК-9.2. Демонстрирует способность использовать цифровые ресурсы для решения задач профессиональной деятельности.
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, непосредственное 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	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.

(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-2	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов.
Учебная практика «Методы исследовательской/ проектной деятельности и математической статистики», 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: - формирование умений осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; - формирование умений определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; - узнать принципы проектирования, овладеть проектными технологиями; - узнать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
	УК-2	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач. УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов.

	ОПК-9	ОПК-9.1. Выбирает современные информационные технологии и программные средства, в том числе отечественного производства, для решения задач профессиональной деятельности. ОПК-9.2. Демонстрирует способность использовать цифровые ресурсы для решения задач профессиональной деятельности.
	ПК-5	ПК-5.1 Демонстрирует знание принципов проектирования, владения проектными технологиями
Формы самостоятельной работы студентов по модулю	разработка проекта, подготовка устного ответа на контрольные вопросы лекции, подготовка докладов, подготовка к тестированию, решение практических задач, подготовка расчетной работы: обработка и анализ полученных данных с помощью методов математической статистики с содержательной интерпретацией количественных результатов	
Комплексный экзамен	1. Выполнение компетентностно-ориентированного теста (теоретические вопросы по естественнонаучной картине мира и математическим методам обработки данных). 2. Защита учебно-исследовательского проекта по одной из предложенных тем с презентацией полученных результатов (защита проводится в день комплексного экзамена).	
Рекомендуемая литература		

1. Афанасьев В.В. Теория вероятностей: учеб. пособие для студентов вузов. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2007. – 350 с.
2. 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»
3. 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.— ЭБС «IPRbooks»
4. Канке, В. А. Концепции современного естествознания: учебник для вузов / В. А. Канке, Л. В. Лукашина. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 338 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08158-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449741
5. Концепции современного естествознания: учебник для бакалавров / В. Н. Лавриненко [и др.]; под редакцией В. Н. Лавриненко. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 462 с. — (Бакалавр. Прикладной курс). — ISBN 978-5-9916-2368-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425176
6. 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.
7. Баврин И.И. Математика для гуманитариев. – М., 2011. –320 с.
8. Гмурман, В. Е. Теория вероятностей и математическая статистика: учебник для вузов / В. Е. Гмурман. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 479 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00211-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449646
9. Кремер, Н. Ш. Математическая статистика: учебник и практикум для вузов / Н. Ш. Кремер. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 259 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-01654-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: https://urait.ru/bcode/451060
10. Математическая статистика для социологов. Задачник: учебное пособие для вузов / ответственный редактор Ю. Н. Толстова. – Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 199 с. – (Высшее образование). – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/451414

Информационно-технологический модуль

Цель модуля: формирование у обучающихся компетенций, связанных с информационно-технологическим обеспечением профессиональной деятельности	***Планируемые результаты:*** УК-1.1; УК-1.3; УК-2.3; УК-4.1; УК-4.2; 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 практика (проектно-технологическая)		**зачет с оценкой**
Подготовительный этап: инструктаж по технике безопасности; вводная беседа со своим руководителем, получение документации по практике; изучение соответствующей литературы, рекомендованной	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.

руководителем практики. Основной этап: 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.	УК-2	УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов.
	УК-4	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка РФ и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения.
	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

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-2.1; УК-2.3; УК-3.1; УК-3.2; УК-4.2; УК-6.1; УК-6.2; УК-10.1; 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

Основы теории коммуникации		**зачет с оценкой**
Содержание	*Компетенции*	*Индикаторы*
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	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 медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы

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		и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
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
Теория и практика связей с общественностью		**зачет с оценкой**
История паблик рилейшнз Методологические основы паблик рилейшнз Информационные основы PR-деятельности Современные практики PR Результаты PR-деятельности	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
	ПК-3	ПК-3.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций
Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью		**зачет с оценкой**
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. 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.	УК-10	УК-10.1. Понимает социально-экономические причины коррупции, принципы, цели и формы борьбы с проявлениями коррупционного поведения.
	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
Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью		**зачет**
Основы массовой коммуникации Пресс-служба, структура, функции Законодательная база пресс-служб разных типов организаций	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
Пресс-служба в разных типах организаций Взаимодействие пресс-службы со СМИ	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		**зачет с оценкой**
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. Оценивает личностные ресурсы по достижению целей саморазвития и управления своим временем на основе принципов образования в течение всей жизни.
	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 Комплекс маркетинга: Товарная политика	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
Ценовая политика Сбытовая политика Коммуникативная политика	ПК-3	ПК-3.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и

Управление маркетингом: Планирование, контроль и оценка эффективности маркетинговой деятельности Этапы развития и организационные структуры маркетинга Маркетинг в рекламной деятельности		(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 Универсальные техники	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 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	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

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		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		**зачет с оценкой**
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	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
Логика и теория аргументации		**зачет**
Предмет логики. Основные логические законы. Понятие. Логические операции с понятиями. 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.	УК-1	УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
	ОПК-1	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

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		
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. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
	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
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью		**зачет с оценкой**
Функции и задачи отдела рекламы и СО. 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.	УК-6	УК-6.2. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при реализации траектории саморазвития.
	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 Культура рекламного интернет-пространства
Культура рекламного интернет-пространства		**зачет**
Интернет-культура как пространство коммуникации. Интернет-культура как	ПК-3	ПК-3.5. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-

пространство рекламной коммуникации. Характеристики современной интернет-культуры. Человек в интернет-пространстве. Рекламист в интернет-пространстве. Интернет-аудитория: социальные, возрастные группы, тематические сообщества. Мобильные приложения как инструмент рекламной коммуникации. Интернет-ресурс в системе современной культуры коммуникации. Интернет-ресурс как инструмент формирования имиджа организации. Анализ интерфейса представительского сайта. Культура социальных медиа. Анализ функционала и аудитории современных социальных сетей. Стратегии развития сообщества в соцсети. Современная блогосфера. Продвижение интернет-проектов в рекламной и социокультурной сфере. Анализ интернет-проекта. Оценка эффективности интернет- рекламы. Технологии деловых коммуникаций в интернет-пространстве. Стратегии позиционирования интернет-контента для целевой аудитории. Этические проблемы интернет-культуры.		среде
Внемедийные коммуникации		**экзамен**
Коммуникативная ситуация. Законы, правила и принципы бесконфликтного общения	УК-4	УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения.
Особенности межличностной коммуникации Этикет как компонент коммуникации Информирование и воздействие как основа коммуникации Устная и письменная коммуникация в научно-учебной 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

Устная и письменная коммуникация в официально-деловой сфере		
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). 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.	УК-1	УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
	УК-2	УК-2.1. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм. УК-2.3. Использует инструменты и техники цифрового моделирования для реализации образовательных процессов.
	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
Производственная практика, (профессионально-творческая, рекламный менеджмент)		**зачет с оценкой**
Установочная конференция по практике на кафедре журналистики и медиакоммуникации.	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение.

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. 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-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
	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.	УК-1	УК-1.1. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение. УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности. УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений.
	УК-3	УК-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения. УК-3.2. Демонстрирует способность эффективного речевого и социального взаимодействия, в том числе с различными организациями.

Участие в отчетной конференции. Защита отчета по практике.	УК-6	УК-6.1. Оценивает личностные ресурсы по достижению целей саморазвития и управления своим временем на основе принципов образования в течение всей жизни. УК-6.2. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при реализации траектории саморазвития.
	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	ПК-1	ПК-1.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

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-1.3. 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	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 оммуникационного комплекса. Имиджевая реклама. Разработка программ развития лояльности к брендам. Управление брендовым портфелем.	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		**зачет с оценкой**

Методологические основы предпринимательства и коммерческой деятельности. 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	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	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: Разработка выставочного продукта	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

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:*** 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	ПК-3	ПК-3.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн- и офлайн-среде

Редактор и автор рекламного текста Критерии оценки рекламного текста Редакторский анализ рекламных текстов Неэффективная реклама. Ошибки в оформлении и композиции рекламных обращений	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
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	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	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
Типология дизайн - средств Формообразование графического рекламного сообщения (пространственно-графическая композиция)	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 как объекты рекламного воздействия Символизация как метод рекламного творчества. Реклама как универсальное знаково-смысловое пространство современной культуры	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
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
Производственная практика (профессионально-творческая, 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 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;	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 ПК-4.6. Создает продукт профессиональной деятельности в соответствии с поставленной задачей

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		
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-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	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	
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 готовой 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	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
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	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

глобальные стратегии в связях с общественностью		
Основы медиапланирования		**зачет**
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 задач. Оптимизация медиаплана. Оценка эффективности медиаплана при планировании методом целей и задач.	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
Коммуникации в контексте постиндустриального общества		**зачет**
Глобализация мировой культуры Массовая культура: характеристика, пути формирования, тенденции развития	ПК-3	ПК-3.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в онлайн- и офлайн-среде

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-3.3. 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 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.	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

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-коммуникации: способы и средства воздействия в PR-коммуникации Основные направления исследований PR-коммуникации: ключевые концепты PR-коммуникации, средства идентификации целевой аудитории в PR-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

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-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. б) дополнительная литература
19. Добробабенко Е.В., Добробабенко Н.С. Выставка "под ключ". Готовые маркетинговые решения (+CD).- СПб.: Питер, 2007. - 208 с.
20. Основы выставочно-ярмарочной деятельности / Под ред. Стровского Л.Е. – М.: Юнити-Дана, 2005. (Гриф МО РФ)
21. Петелин В.Г. Менеджер предприятия по рекламе и выставкам. - М.: Издательство "Ось-89", 2001. - 208с.
22. Петелин В.Г. Основы менеджмента выставочной деятельности: учебник для студентов вузов - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 447с.