



ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

**АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН
ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ –
ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА**

Направление 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе
массовых коммуникаций»

Санкт-Петербург
2019

СОДЕРЖАНИЕ

БЛОК 1. ДИСЦИПЛИНЫ (модули)

Обязательная часть

- Б1.О.01 История
- Б1.О.02 Философия
- Б1.О.03 Иностранный язык
- Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности
- Б1.О.05 Физическая культура и спорт
- Б1.О.06 Русский язык и культура речи
- Б1.О.07 Право
- Б1.О.08 Социология
- Б1.О.09 Политология
- Б1.О.10 Культурология
- Б1.О.11 Психология
- Б1.О.12. Экономика
- Б1.О.13 Иностранный язык (дополнительный курс)
- Б1.О.14 Мировая художественная культура
- Б1.О.15 Введение в коммуникационные специальности
- Б1.О.16 Основы теории коммуникации
- Б1.О.17 Теория и практика связей с общественностью
- Б1.О.18 Теория и практика рекламы
- Б1.О.19 Теория и практика медиакоммуникаций
- Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций
- Б1.О.21 Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью
- Б1.О.22 Этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.23 Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.24 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций
- Б1.О.26 Психология массовых коммуникаций
- Б1.О.27 Организация и проведение коммуникационных кампаний
- Б1.О.28 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью
- Б1.О.29 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях
- Б1.О.30 Цифровые коммуникации
- Б1.О.31 Стилистика и редактирование в системе массовых коммуникаций
- Б1.О.32 Современная пресс-служба

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

- Б1.В.01 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью
- Б1.В.02 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
- Б1.В.03 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Б1.В.04 Бренд-коммуникационные компании

Б1.В.05 Информационное обеспечение рекламы и связей с общественностью

Б1.В.06 Копирайтинг и письменные коммуникации

Б1.В.07 Медиарилейшинг и оценка эффективности рекламной и PR-деятельности

Б1.В.08 Брендинг

Б1.В.09 Репутационный менеджмент

Б1.В.10 Маркетинговая лингвистика

Б1.В.11 Типология медийных рекламных текстов

Б1.В.12 Рекламные технологии в системе массовых коммуникаций

Б1.В.13 Практикум по аудио и видеорекламе

Б1.В.14 Дизайн печатной и наружной рекламы

Б1.В.15 Интернет реклама

Б1.В.16 Планирование и организация ивент-мероприятий

Б1.В.17 Реклама и коммуникации в социальных сетях

Б1.В.ДВ.01 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01

Б1.В.ДВ.01.01 Визуальные инфокоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Б1.В.ДВ.01.02 Продвижение в интернете

Б1.В.ДВ.02 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02

Б1.В.ДВ.02.01 Мониторинг общественного мнения

Б1.В.ДВ.02.02 Теория и практика информационно-аналитической работы в системе массовых коммуникаций

Б1.В.ДВ.03 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03 Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)

Б1.В.ДВ.03.01 Общая физическая подготовка

Б1.В.ДВ.03.02 Спортивные игры

БЛОК 2. ПРАКТИКА

Обязательная часть

Б2.О.01(У) Учебная практика: Профессионально-ознакомительная практика

Б2.О.02(П) Производственная практика: Производственно-маркетинговая практика

Б2.О.03(Пд) Производственная практика: Преддипломная практика.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Б2.В.01(П) Производственная практика: Профессионально-творческая практика

Б2.В.02(Пд) Производственная практика: Преддипломная практика.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

БЛОК 3. Государственная итоговая аттестация

Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

ФТД. ФАКУЛЬТАТИВЫ

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ФТД.В.01 Интернет-маркетинг

ФТД.В.02 Немедийные коммуникации

БЛОК 1. ДИСЦИПЛИНЫ (модули)

Обязательная часть

Б1.О.01 История

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Содержание дисциплины:

Введение. Предмет и метод исторической науки. Особенности становления государственности в России и мире. Русь между Западом и Востоком (XII-XV вв.). От феодальной раздробленности к становлению единого Российского государства. Россия в XVI-XVII веках в контексте развития европейской цивилизации. Россия и мир в XVIII – первой половине XIX веках. Россия в контексте мировой истории во второй половине XIX в. Россия в системе мировых связей на рубеже XIX и XX столетий. Россия и мир в первой половине XX века. Великая Отечественная война 1941-1945 гг. Россия и мир во второй половине XX века. Россия и мир в XXI веке. Заключение

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.02 Философия

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

Содержание дисциплины:

Философия как мировоззрение и культура мышления. Основные этапы развития мировой философской мысли. Единство и развитие мира как онтологическая проблема. Философское учение о сознании. Познавательные возможности человека. Методы и формы познания. Научные, философские и религиозные картины мира. Общество как объект философского анализа. Человек и исторический процесс. Социальная типология истории. Человек как личность и смысл его бытия. Свобода и ответственность личности. Культура как фактор развития общества и личности. Глобализация и модернизация социального развития в современном мире.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Б1.О.03 Иностранный язык

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Содержание дисциплины:

Знакомство. Приветствие. Семья и семейные ценности. Друзья и отношения. Устройство на работу. Распорядок дня. Обязанности. Быт и интерьер. Быт и предметы обихода. Предметы одежды. Роль одежды в жизни человека. Мода. Основные тренды моды. Стиль и мода. Молодежная мода. Субкультуры в среде молодежи. Внешность. Основные черты характера. Досуг. Увлечения, хобби. Молодежь сегодня. Человеческие ценности. Учеба в различных учебных заведениях. Права молодежи и их реализация в разных странах. Путешествие. Достопримечательности. Продукты питания. Покупки

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 360/10

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.04 Безопасность жизнедеятельности

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций

Содержание дисциплины:

Человек и среда обитания. Восприятие человеком негативных факторов окружающей среды. Первая медицинская помощь. Психологический анализ деятельности. Социальные проблемы безопасности. Экологические проблемы безопасности. Производственная безопасность. Законодательство о безопасности жизнедеятельности

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.05 Физическая культура и спорт

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Система физического воспитания в вузе. Общая физическая и специальная подготовка. Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями. Самоконтроль при занятиях физической культурой и спортом. Спорт. Индивидуальный выбор спорта или систем физических упражнений. Физическая культура в профессиональной деятельности специалиста.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 72/2

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.06 Русский язык и культура речи

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Содержание дисциплины:

Русский язык и культура речи: предмет и основные понятия. Динамика норм современного русского литературного языка. Речевая норма как центральное понятие культуры речи. Словари и речевая культура. Устная и письменная формы существования языка. Речевая деятельность в различных ситуациях и условиях общения. Лексика и фразеология устной и письменной речи. Стилистические пласты современного русского литературного языка. Основные качества речи. Эмоциональность в речи и в языке. Коммуникативные и этические нормы речевого общения. Формы русского национального языка. Социально-жанровый компонент речи. Устная и письменная деловая речь. Текст как результат речевой деятельности. Функциональные стили русского литературного языка. Публичное выступление. Приемы построения ораторской речи. Дебаты. Спор. Культура дебатов.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.07 Право

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Содержание дисциплины:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Основы теории права. Право как система. Основы теории права. Норма права. Основы теории права. Правонарушение и юридическая ответственность. Важнейшие отрасли российского права. Основы конституционного строя в РФ. Важнейшие отрасли российского права. Основы административного права в РФ. Важнейшие отрасли российского права.

Основы гражданского права РФ. Важнейшие отрасли российского права. Основы уголовного права РФ. Важнейшие отрасли российского права. Основы трудового и образовательного права в РФ. Важнейшие отрасли российского права. Основы семейного права в РФ.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.08 Социология

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Социология как наука об обществе. История зарубежной и отечественной социологии. Общество как целостная социокультурная система. Социальные институты, их типология и эволюция. Социология культуры. Личность как субъект социальной жизни. Социология личности. Социология управления как область социологического знания. Методология и методика социологического исследования

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 72/2

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.09 Политология

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Содержание дисциплины:

Политология как наука и учебная дисциплина. История политической мысли. Политическая мысль в России. Политика и политическая власть. Политическая система общества и политический режим. Государство как политический институт. Гражданское

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

общество. Политические партии и партийные системы. Общественные движения. Политическая элита и политическое лидерство. Избирательные системы. Политическая культура. Политическое развитие и модернизация. Политические конфликты и способы их разрешения. Мировая политика, геополитика и международные отношения

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 72/2

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.10 Культурология

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Содержание дисциплины:

Введение. Культурология как научная и учебная дисциплина и ее предмет. Основные направления культурологической мысли. Социальное бытие культуры и его формы. Типология культуры. Феномен русской культуры. Современная социокультурная ситуация.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 72/2

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.11 Психология

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Когнитивные психические процессы. Эмоционально-волевая сфера личности. Психические свойства личности: темперамент и характер. Способности. Деятельность.

Самосознание и Я-концепция.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.12. Экономика

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Содержание дисциплины:

Предмет и метод дисциплины «Экономика». Основы теории рыночного хозяйства. Основы теории спроса и предложения. Экономическая конкуренция. Теория фирмы. Рынок факторов производства и распределение доходов. Теория потребительского поведения. Макроэкономическая структура национальной экономики. Рынок товаров и услуг. Равновесная величина национального производства. Цикличность развития экономики и экономический рост. Финансовая система и фискальная политика государства. Денежный сектор национальной экономики. Денежно-кредитная политика государства. Макроэкономическая нестабильность. Международная экономика.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.13 Иностранный язык (дополнительный курс)

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Содержание дисциплины:

Коммуникации и информация в современном обществе. Особенности использования каналов коммуникаций в прогрессивных технологиях. Особенности работы со СМИ. Имиджевые коммуникации. Основные приемы и правила работы с внешней общественностью. Методы работы СМИ в политике. Кризисный пиар. Планирование и проведение пиар-кампаний

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 216/6

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.14 Мировая художественная культура

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Содержание дисциплины:

Введение в Мировую художественную культуру и искусство. Культура и искусство Древнего мира. Культура и искусство эпохи Средневековья. Культура и искусство Возрождения. Культура и искусство эпохи Абсолютизма и Просвещения (1600–1789). Культура и искусство XIX –начала XX вв. (1789–1914). Культура и искусство России XIX–начала XX в. Мировая культура и искусство в XX–XXI вв.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 180/5

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О. 15 Введение в коммуникационные специальности

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Содержание дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.16 Основы теории коммуникации

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

Содержание дисциплины:

Понятие и сущность коммуникационных процессов. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Роль рекламы в обществе социально-психологическое. Рекламный бизнес в сфере коммуникационных процессов. Основные виды рекламы. Средства распространения и размещения рекламы. Целевые аудитории в рекламной коммуникации. Воздействие рекламы на жизненный цикл товара. Основы планирования и проведения рекламной кампании.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 324/9

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.17 Теория и практика связей с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Понятие и сущность коммуникационных процессов. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Роль рекламы в обществе социально-психологическое. Рекламный бизнес в сфере коммуникационных процессов. Основные виды рекламы. Средства распространения и размещения рекламы. Целевые аудитории в рекламной коммуникации. Воздействие рекламы на жизненный цикл товара. Основы планирования и проведения рекламной кампании.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 360/10

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.18 Теория и практика рекламы
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Введение. История развития рекламы. Цели, функции, виды и средства рекламы. Реклама и маркетинг. Влияние рекламы на социум. Морально-этические и правовые аспекты рекламы. Политическая и социальная реклама. Социально-психологические основы рекламы. Исследования в рекламе. Рекламный процесс. Структура рекламного агентства и принцип его работы. Реклама как профессиональная творческая деятельность. Рекламная кампания. История рекламы брендов. Заключение.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 360/10

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.19 Теория и практика медиакоммуникаций
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Понятие медиапланирования, основные показатели. Стратегия и тактика медиапланирования. Исследования аудитории СМК. Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой. Понятие и организация рекламной кампании. Расчет бюджета рекламной кампании. Медиаплан. Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка средств массовой информации. Программное обеспечение медиапланирования.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 360/10

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.20 Основы интегрированных коммуникаций
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Содержание дисциплины:

Введение: предмет, цель и задачи курса «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)». Современные концепции интегрированных коммуникаций. Содержание, функции, методы и принципы интегрированных коммуникаций.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Реклама в системе интегрированных коммуникаций. Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций. Интегрированные коммуникации в государственных структурах . Интегрированные коммуникации в сфере бизнеса . Интегрированные коммуникации в политике . Интегрированные коммуникации в социальной сфере . Интегрированные коммуникации в спорте и шоу-бизнесе. Современные тенденции в интегрированных коммуникациях. Заключение

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.21 Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Содержание дисциплины:

Введение в правовые основы рекламы и связей с общественностью. Действующее законодательство о рекламе в Российской Федерации. Общие требования к рекламе с правовой точки зрения. Недобросовестная реклама: масштабы и последствия в эпоху глобализации. Реклама товаров и услуг в социально «чувствительных» сферах бизнеса. Реклама и общественная миссия средств массовой информации. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Государственный контроль в сфере рекламы. Саморегулирование в сфере рекламы

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.22 Этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Содержание дисциплины:

Введение в этические основы рекламы и связей с общественностью. Действующее законодательство о рекламе в Российской Федерации. Общие требования к рекламе с правовой точки зрения. Недобросовестная реклама: масштабы и последствия в эпоху глобализации. Реклама товаров и услуг в социально «чувствительных» сферах бизнеса. Реклама и общественная миссия средств массовой информации. Ответственность за нарушение законодательства о рекламе. Государственный контроль в сфере рекламы. Саморегулирование в сфере рекламы

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.23 Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

Содержание дисциплины:

Понятие и сущность коммуникационных процессов. Место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций. Роль рекламы в обществе социально-психологическое. Рекламный бизнес в сфере коммуникационных процессов. Основные виды рекламы. Средства распространения и размещения рекламы. Целевые аудитории в рекламной коммуникации. Воздействие рекламы на жизненный цикл товара. Основы планирования и проведения рекламной кампании.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.24 Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Введение в менеджмент. Предмет и задачи курса. Эволюция науки управления и концепций менеджмента. Основные модели менеджмента: американская, японская, европейская и др. Основные формы организации системы менеджмента. Цели, принципы, функции и методы управления. Инфраструктура менеджмента.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Б1.О.25 Социология массовых коммуникаций

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Содержание дисциплины:

Введение в социологию массовой коммуникации. Механизмы осуществления роли СМК. СМК как социальный институт и социальная подсистема. СМК и власть. Понятие «четвертой власти». Особенности политической коммуникации в современном обществе. Политическая реклама в СМК. Коммерческая и социальная реклама в СМК. Связи с общественностью и деятельность СМК. Общественное мнение. Методика социологического исследования массовой коммуникации. Социологические исследования аудитории СМК. Тенденции массовой коммуникации и ее исследований.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.26 Психология массовых коммуникаций

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Содержание дисциплины:

Теоретические и методические проблемы психологии массовых коммуникаций. Человек как субъект массовых коммуникаций. СМИ как средство психологического воздействия. Психология массовых коммуникаций и маркетинг. Психология пропаганды и рекламы в средствах массовой коммуникации. Психологические проблемы массовой коммуникации с точки зрения культуры и общества.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.27 Организация и проведение коммуникационных кампаний

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Сравнительная характеристика основных параметров рекламной и PR-кампании. Этапы организации и проведения рекламной и PR-кампании. Исследовательский этап подготовки рекламной и PR-кампании. Этап планирования рекламной и PR-кампании. Средства рекламной и PR-кампании. Тема 6: Вопросы реализации рекламной и PR-кампании. Оценка эффективности рекламной и PR-кампании

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 216/6

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О. 28 Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

Содержание дисциплины:

Современные представления о целях и методах проектирования и управления проектами. Разработка бизнес – плана и сетевого графика проекта. Планирование ресурсов. Управление временем выполнения проекта и отклонениями от плана. Управление качеством проекта. Управление рисками проекта. Измерение и оценка состояния и хода выполнения работ. Управление коммуникациями проекта. Управление стоимостью проекта. Человеческий фактор в инвестиционных проектах.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О. 29 Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Содержание дисциплины:

Особенности дифференциации и содержания первичных документов для публичных рынков. Ценностные свойства информации и документов. Вторичные документы и вторичные источники информации. Формирование базы информирования в фирме.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Информационный маркетинг. Основные периодические и справочные издания, отражающие информацию по проблемам связей с общественностью и рекламе. Пути достижения эффективности неформальных коммуникаций

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.О.30 Цифровые коммуникации

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

Содержание дисциплины:

Введение. Теоретические основы Интернет-коммуникаций Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах. Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития. Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа. Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации. Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации. Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.31 Стилистика и редактирование в системе массовых коммуникаций

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Содержание дисциплины:

Введение. Место дисциплины в системе массовых коммуникаций. Достижения современной лексической стилистики. Функциональные стили речи в сфере массовых коммуникаций. Стилистические свойства слов, связанные со сферой их происхождения и использования. Лексика с экспрессивной окраской. Изобразительно-выразительные средства языка. Фразеология. Тропы и фигуры. Стилистика и методика работы над совершенствованием рекламного и PR-текста. Классификация ошибок. Методика и практика литературного редактирования PR-текстов. Основные качества речи в системе массовых коммуникаций. Роль и значение стилистики и лексикографии в создании и совершенствовании PR-текстов.

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.О.32 Современная пресс-служба

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

Содержание дисциплины:

Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах. Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития. Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа. Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации. Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации. Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Б1.В.01 Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ПК-1 Способен осуществлять организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, управление и контроль рекламной и PR-деятельности, проводить мероприятия в сфере рекламы и PR

Содержание дисциплины:

Функции и задачи, место и роль отдела по связям с общественностью и рекламы в фирме. Структура отдела по связям с общественностью и рекламы. Кадровая работа в отделе по связям с общественностью и рекламы. Отдел по связям с общественностью и рекламы в системе

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

корпоративного менеджмента. Роль отдела по связям с общественностью и рекламы в реализации общекорпоративной стратегии. Исследовательский и аналитический сегменты в отделе рекламы и связей с общественностью. Пресс-центр. Организация производства корпоративного издания. Организация спецмероприятий: выставки, конференции. Организация корпоративного праздника. Организация работы сектора рекламы. Производственный сегмент в отделе рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.02 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации

Содержание дисциплины:

Введение в маркетинговые исследования. Процесс маркетинговых исследований. Методы маркетинговых исследований. Обработка информации и подготовка отчета. Изучение потребителей. Ситуационный анализ в рекламе и связях с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.03 Маркетинг в отраслях и сферах деятельности

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Содержание дисциплины:

Функции и задачи, место и роль отдела по связям с общественностью и рекламы в фирме. Структура отдела по связям с общественностью и рекламы. Кадровая работа в отделе по связям с общественностью и рекламы. Отдел по связям с общественностью и рекламы в системе корпоративного менеджмента. Роль отдела по связям с общественностью и рекламы в реализации общекорпоративной стратегии. Исследовательский и аналитический сегменты в отделе рекламы и связей с общественностью. Пресс-центр. Организация производства корпоративного издания. Организация спецмероприятий: выставки, конференции. Организация корпоративного праздника. Организация работы сектора рекламы. Производственный сегмент в отделе рекламы и связей с общественностью

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.04 Бренд-коммуникационные компании
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации

Содержание дисциплины:

Понятие бренда, брендинга и бренд-менеджмента. Коммуникационные основы брендинга. Проблемы формирования образа бренда. Реализация программы выведения бренда на рынок. Создание интегрированной программы продвижения бренда

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.05 Информационное обеспечение рекламы и связей с общественностью
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

Введение. Теоретические основы Интернет- коммуникаций Структура рынка цифровых коммуникаций в России. Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах. Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития. Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа. Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации. Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации. Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.06 Копирайтинг и письменные коммуникации
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

Понятие "копирайтинг". Рекламные тексты как предмет изучения. Рекламный концепт в рекламных сообщениях. Нейминг как процедура копирайтинга. Жанры письменной коммуникации в практике специалистов по связям с общественностью и рекламе

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.07 Медиарилейшинз и оценка эффективности рекламной и PR-деятельности
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

Понятие медиапланирования, основные показатели. Стратегия и тактика медиапланирования. Исследования аудитории СМК. Механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой. Понятие и организация рекламной кампании. Расчет бюджета рекламной кампании. Медиаплан. Целевые сегменты рынка и соответствие им рынка средств массовой информации. Программное обеспечение медиапланирования.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.08 Брендинг

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-1 Способен осуществлять организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, управление и контроль рекламной и PR-деятельности, проводить мероприятия в сфере рекламы и PR

Содержание дисциплины:

Понятие бренда, брендинга и бренд-менеджмента. Коммуникационные основы брендинга. Проблемы формирования образа бренда. Реализация программы выведения бренда на рынок. Создание интегрированной программы продвижения бренда

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.09 Репутационный менеджмент

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ПК-1 Способен осуществлять организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, управление и контроль рекламной и PR-деятельности, проводить мероприятия в сфере рекламы и PR

Содержание дисциплины:

Вводная тема. Соотношение понятий корпоративная репутация, узнаваемость, имиджем, паблисити и бренд. Параметры и характеристики репутации, ее составляющие. Внешняя и

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

внутрикорпоративная среда, объективные условия и субъективные факторы репутационного менеджмента. Принципы стратегического и текущего планирования управления репутацией. Основные технологии и этапы репутационного менеджмента. Механизмы репутационного менеджмента. Методы оценки репутационных характеристик организации.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.10 Маркетинговая лингвистика

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

Содержание дисциплины:

Маркетинговая лингвистика как новый формат лингвистики цифрового общества. Текст в современных маркетинговых коммуникациях. Речевая деятельность в маркетинговых коммуникациях. Маркетинговая семиотика, риторика и коммуникативистика

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.11 Типология медийных рекламных текстов

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

Рекламные тексты как предмет изучения. Рекламный концепт в рекламных сообщениях. Нейминг как процедура копирайтинга. Жанры письменной коммуникации в практике специалистов по связям с общественностью и рекламе

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.12 Рекламные технологии в системе массовых коммуникаций

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные методы управления онлайн (цифровыми) коммуникациями

Содержание дисциплины:

Роль связей с общественностью в современном обществе. Паблицити. Общественность в сфере PR. Технологии PR. Современные технологии PR. Технологии формирования корпоративного имиджа.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.13 Практикум по аудио и видеорекламе
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

Этапы истории видеорекламы и аудиорекламы. Современное состояние видеорекламы и аудиорекламы в интернете. Виды видеорекламы в интернете, телевидении. Альтернативное деление видеорекламы. Аудиореклама и её виды.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.14 Дизайн печатной и наружной рекламы

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Введение в инфографику: традиции и тенденции. История развития информационного дизайна. Композиция и цвет в инфографике. Проектирование графического образа на основе данных. Анализ деловой и медийной инфографики.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.15 Интернет реклама

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации

Содержание дисциплины:

Интернет-маркетинг – преимущества, применение, стратегия. Инструменты Интернет-маркетолога. Проектирование сайтов, ориентированных на продажу. Привлечение целевой аудитории и анализ эффективности. E-mail маркетинг. Маркетинг социальных сетей и новых медиа. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 144/4

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.16 Планирование и организация ивент-мероприятий

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

Содержание дисциплины:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

Понятия, цели и задачи event-маркетинга. Планирование event-мероприятий: работа с клиентами, командой и подрядчиками. Понятие customer Journey Map в event-мероприятиях. Подготовка и реализация event-мероприятий. Работа после проведения event-мероприятия.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.17 Реклама и коммуникации в социальных сетях

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

Теоретические основы Интернет- коммуникаций . Коммуникативные характеристики сети Интернет и стратегия продвижения брендов в цифровых каналах. Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития. Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа. Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации. Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации. Стратегическое медиапланирование в работе медийного агентства.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.ДВ.01 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01

Б1.В.ДВ.01.01 Визуальные инфокоммуникационные технологии в рекламе и связях с общественностью

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

Содержание дисциплины:

История развития информационного дизайна. Композиция и цвет в визуальных инфокоммуникационных технологиях. Проектирование графического образа на основе данных. Анализ деловых и медийных визуальных инфокоммуникационных технологий.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.ДВ.01 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.01

Б1.В.ДВ.01.02 Продвижение в интернете

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации

Содержание дисциплины:

Интернет-рынок. Реклама в интернете. Тексты, социальные медиа, видео и игры в интернете. Продвижение интернет - проектов. Финансирование интернет - проектов.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Б1.В.ДВ.02 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02

Б1.В.ДВ.02.01 Мониторинг общественного мнения

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

Содержание дисциплины:

Имиджелогия, как практическая наука и учебная дисциплина. Теоретико-методологические вопросы имиджелогии в коммерческой сфере. Персональные бизнес-имиджи и средства их формирования. Технологии построения имиджа.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.ДВ.02 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.02

<p>Б1.В.ДВ.02.02 Теория и практика информационно-аналитической работы в системе массовых коммуникаций</p>
--

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации

Содержание дисциплины:

Информационно-аналитическая работа (ИАР) в информационном обществе. Актуальные проблемы, возникающие при работе с информацией. Содержание информационно-аналитической работы. Поиск информации - общие подходы. Особенности поиска и обработки документальной, социологической, статистической, количественной и визуальной информации. Работа с основными элементами информации: выделение и анализ фактов, мнений, авторской

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

позиции. Актуальные методы и приемы аналитической обработки информации. Статистическая обработка результатов ИАР. Медиа-статистика как упрощенный вариант контент-анализа материалов СМИ. Типовые образцы информационно-аналитических отчетов. Общие подходы к их составлению.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 108/3

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.ДВ.03 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03 Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)

Б1.В.ДВ.03.01 Общая физическая подготовка

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Техника безопасности на занятиях по общей физической подготовке. Оздоровительная гимнастика. Общая физическая подготовка. Правила игры в баскетбол. Входной контроль. Развитие силы и выносливости. Баскетбол. Физическая и техническая подготовка. Комплекс общеразвивающих упражнений. Техника безопасности на занятиях по общей физической подготовке. Развитие силы и гибкости. Совершенствование техники игры в баскетбол. Оценка функционального состояния организма. Обучение технике бега на короткие дистанции. Оценка скоростно-силовых качеств. Правила игры в волейбол. Методика проведения общеразвивающих упражнений в движении (беге). Техника безопасности на занятиях по общей физической подготовке. Техника бега на средние и длинные дистанции. Упражнения на растяжку. Техническая подготовка в волейболе. Тест Руфье. Оценка физических качеств. Совершенствование техники игры в волейбол. Закаливание организма.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 328

Форма промежуточной аттестации: зачет

Б1.В.ДВ.03 Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.03 Физическая культура и спорт (элективная дисциплина)

Б1.В.ДВ.03.02 Спортивные игры

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): «Реклама и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций»

Аннотации дисциплин основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата

Форма обучения: очная, заочная, очно-заочная

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

Содержание дисциплины:

Техника безопасности на занятиях по общей физической подготовке. Оздоровительная гимнастика. Общая физическая подготовка. Правила игры в баскетбол. Входной контроль. Развитие силы и выносливости. Баскетбол. Физическая и техническая подготовка. Комплекс общеразвивающих упражнений. Техника безопасности на занятиях по общей физической подготовке. Развитие силы и гибкости. Совершенствование техники игры в баскетбол. Оценка функционального состояния организма. Обучение технике бега на короткие дистанции. Оценка скоростно-силовых качеств. Правила игры в волейбол. Методика проведения общеразвивающих упражнений в движении (беге). Техника безопасности на занятиях по общей физической подготовке. Техника бега на средние и длинные дистанции. Упражнения на растяжку. Техническая подготовка в волейболе. Тест Руфье. Оценка физических качеств. Совершенствование техники игры в волейбол. Закаливание организма.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 328

Форма промежуточной аттестации: зачет

ФТД.ФАКУЛЬТАТИВЫ

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ФТД.В.01 Интернет-маркетинг

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-1 Способен осуществлять организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование, управление и контроль рекламной и PR-деятельности, проводить мероприятия в сфере рекламы и PR

ПК-2 Способен осуществлять деятельность по управлению информационными ресурсами с учетом специфики разных типов массовых коммуникаций и потребностей медиарынка

Содержание дисциплины:

Интернет-маркетинг – преимущества, применение, стратегия. Инструменты Интернет-маркетолога. Проектирование сайтов, ориентированных на продажу. Привлечение целевой аудитории и анализ эффективности. E-mail маркетинг. Маркетинг социальных сетей и новых медиа. Веб-аналитика и анализ эффективности рекламных кампаний.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 72/2

Форма промежуточной аттестации: зачет

ФТД.В.02 Немедийные коммуникации

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-3 Способность применять основные технологии и методы маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационной стратегии в системе массовых коммуникаций

ПК-5 Способен принимать участие в планировании, подготовке и проведении маркетинговых исследований, комплексных коммуникационных кампаний и отдельных специальных мероприятий в системе массовых коммуникаций, включая подготовку проектной документации

Содержание дисциплины:

Понятие и сущность немедийных коммуникаций. Принципы и функции немедийных коммуникаций. Виды немедийных коммуникаций. Директ-маркетинговые акции. Связи с общественностью. Меценатство. Спонсорство. Ярмарки.

Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ: 72/2

Форма промежуточной аттестации: зачет