

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»**

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор
Б.А. Жигалев
«22» марта 2019 г.

Номер внутривузовской регистрации:
протокол Ученого совета № 1/ от 22.03.2019



**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки

42.03.01 – РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(уровень бакалавриата)

Направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень)

Бакалавр

Формы обучения

Очная, очно-заочная, заочная

г. Нижний Новгород

2019 год

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения.....	3
1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП), реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)	3
1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере).....	3
1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)	4
1.4. Требования к абитуриенту.....	4
2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).....	5
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	5
3. Компетенции выпускника основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), формируемые в результате освоения данной программы	6
4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).....	8
4.1. Годовой календарный учебный график.....	8
4.2. Учебный план подготовки бакалавра.....	10
4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей).....	29
4.4. Аннотации программ практик обучающихся.....	73
5. Фактическое ресурсное обеспечение основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).....	73
6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников.....	74
7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере).....	76
7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	77
7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью....	77
Приложение.....	79

1. Общие положения

1.1. Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП), реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере), представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО).

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки. ОПОП включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и прочие материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

1.2. Нормативные документы для разработки основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)

Нормативную правовую базу разработки данной ОПОП составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997;
- Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н;
- Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н, с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н;
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301;
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки от 29 июня 2015 г. № 636,

приказом Минобрнауки от 9 февраля 2016 г. № 86 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636» и приказом Минобрнауки от 28 апреля 2016 г. № 502 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636»;

- Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ (утвержден приказом Минобрнауки России от 9 января 2014 г. № 2);

- Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 14 декабря 2018 г. № 1166;

- Концепция инновационного развития ФГБОУ ВПО «НГЛУ» на период с 2014 по 2019 гг. (Нижний Новгород, 2013);

- Программа развития Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова на период с 2015 по 2020 гг. (Нижний Новгород, 2014 г.);

- Локальные нормативно-правовые акты НГЛУ, касающиеся организации образовательной деятельности.

1.3. Общая характеристика основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)

1.3.1. Цель (миссия) ОПОП – обеспечить формирование специалиста в области рекламы и связей с общественностью, профессионала высокого уровня, социально мобильного, целеустремленного, организованного, трудолюбивого, ответственного, с гражданской позицией, толерантного, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность на основе овладения общекультурными и профессиональными компетенциями; личности, способной ориентироваться в сложных реалиях современного мира и самостоятельно принимать адекватные решения.

1.3.2. Обучение по ОПОП бакалавриата осуществляется в очной, очно-заочной и заочной формах обучения.

1.3.3. Объем ОПОП составляет 240 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения. Величина зачетной единицы (1 з.е.), установленная НГЛУ, равна 27 астрономическим часам, или 36 академическим часам. Трудоемкость экзамена равна 1 з.е.

1.3.4. Нормативный срок освоения ОПОП составляет:

- в очной форме обучения – 4 года;
- в очно-заочной и заочной формах обучения – 4,5 года.

1.3.5. Объем ОПОП бакалавриата составляет:

- в очной форме обучения – 60 з.е. за один учебный год;
- в очно-заочной и заочной формах обучения – не более 75 з.е. за один учебный год.

1.4. Требования к абитуриенту

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем общем образовании, среднем профессиональном образовании или высшем образовании.

При поступлении абитуриент должен предъявить результаты ЕГЭ либо пройти вступительные испытания по обществознанию, русскому языку и иностранному языку, подтверждающие освоение основных общеобразовательных программ среднего общего образования по соответствующим предметам.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)

2.1. Область профессиональной деятельности выпускника

Область профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОПОП бакалавриата, включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;
- технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Типы организаций и учреждений, в которых может осуществлять профессиональную деятельность выпускник ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере).

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника

Объектами профессиональной деятельности выпускника, освоивших ОПОП бакалавриата, являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника:

Виды профессиональной деятельности, к которым готовится выпускник, освоивший ОПОП бакалавриата:

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая;
- информационно-технологическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым готовится бакалавр, определяются образовательной организацией высшего образования, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов образовательной организации.

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника

Выпускник, освоивший ОПОП бакалавриата, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована ОПОП бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

проектная деятельность:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

коммуникационная деятельность:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

рекламно-информационная деятельность:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

информационно-технологическая деятельность:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;

- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных компаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- участие в проектировании и техническом обеспечении реализуемых проектов.

3. Компетенции выпускника основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), формируемые в результате освоения данной программы

Результаты освоения ОПОП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения, навыками и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *общекультурными компетенциями:*

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *общепрофессиональными компетенциями*:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать *профессиональными компетенциями*, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

организационно-управленческая деятельность:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

проектная деятельность:

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

коммуникационная деятельность:

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

рекламно-информационная деятельность:

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

рыночно-исследовательская и прогностно-аналитическая деятельность:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

информационно-технологическая деятельность:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОПОП регламентируется учебным планом бакалавра с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; годовым календарным учебным графиком.

4.1. Годовой календарный учебный график

В календарном учебном графике (см. Примерный учебный план очной формы обучения, с. 10-16, Примерный учебный план очно-заочной формы обучения, с. 17-22, Примерный учебный план заочной формы обучения, с. 23-28) представлена последовательность реализации ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы.

4.2. Учебный план подготовки бакалавра

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) подготовки – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

Уровень подготовки – бакалавриат.

Нормативный срок обучения:

- в очной форме обучения – 4 года;

- в очно-заочной и заочной формах обучения – 4,5 года.

Учебный план составлен с учетом общих требований к условиям реализации ОПОП, сформулированных в разделе 7 ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В учебном плане приведена логическая последовательность освоения дисциплин (модулей) базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП бакалавриата.

Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части ОПОП бакалавриата, являются обязательными для освоения обучающимися вне зависимости от профиля программы бакалавриата, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой

части, Университет определяет самостоятельно в объеме, установленном ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

В соответствии с п. 6.4 и 6.5 ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) базовая часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана предусматривает изучение следующих учебных дисциплин (модулей): История, Философия, Иностранный язык, Безопасность жизнедеятельности. Объем, содержание и порядок реализации указанных дисциплин (модулей) определяется Университетом самостоятельно.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в рамках: базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП в объеме не менее 72 академических часов (2 з.е.) в очной форме обучения; элективных дисциплин (модулей) в объеме не менее 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в з.е. не переводятся.

Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП бакалавриата, определяют профиль программы бакалавриата. Набор дисциплин (модулей), относящихся к вариативной части ОПОП бакалавриата, Университет определяет самостоятельно в объеме, установленным ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). После выбора обучающимся профиля ОПОП, набор соответствующих дисциплин (модулей) становится обязательным для освоения обучающимся.

Обучающимся предоставлена возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору в объеме не менее 30% вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа, в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» составляет не более 40% от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию данного Блока.

Блок 2 «Практики» учебного плана включает ученую и производственную (в том числе преддипломную) практики. Производственная практика (преддипломная) проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Тип практики зависит от видов деятельности, на которые ориентирована ОПОП бакалавриата.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» учебного плана включает защиту выпускной квалификационной работы (в том числе подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты), а также подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена.

Для каждой дисциплины и практики в учебном плане указаны формы промежуточной и итоговой аттестации.

Реализация компетентного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по направлению подготовки

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Квалификация (степень) «бакалавр»

Нормативный срок обучения – 4 года
Форма обучения - очная

**Направленность (профиль): Реклама и связи
с общественностью в коммерческой сфере**

I. Календарный учебный график

Курсы	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
	4 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
I																*			4/2	Э	К								У	У					*	4/2	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Условные обозначения		Курсы	Теоретическое обучение	Нерабочие праздничные дни	Экзаменационная сессия	Практики				Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
Э	Теоретическое обучение Экзаменационная сессия					Учебная	Производственная	Производственная (НИР)	Производственная (преддипломная)			
У	Учебная практика	I	34	2	4	2					10	52
П	Производственная практика	II	32	2	4	4					10	52
Н	Производственная практика (НИР)	III	30	2	4		6				10	52
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	19	2	3		8	2	2	6	10	52
К	Каникулы	Итого	115	8	15	6	12	2	2	6	40	208
Г	Государственная итоговая аттестация											

* - неделя равна сумме праздничных дней в семестре

4/2: 4 – теоретическое обучение, 2 – экзаменационная сессия

2/4э: 2 – теоретическое обучение, 4э – экзаменационная сессия

III. План учебного процесса

Код УЦ ОПОП	Наименование дисциплин	Зачетные единицы	Ч а с ы						Форма итогового контроля (семестр)		Распределение по курсам и семестрам								Контактная работа обучающегося с преподавателем
			Общая трудоёмкость	Аудиторные часы				Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет	I курс		II курс		III курс		IV курс		
						Семестр					Семестр		Семестр		Семестр				
						1	2				3	4	5	6	7	8			
						неделя					неделя		неделя		неделя				
						20	14				20	12	20	10	12	7			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Блок 1	Дисциплины (модули)	195	7020	x	x	x	x	x											
Блок 1.1	Базовая часть	158	5688	x	x	x	x	x											
1.	История	4	144	x	x	x		x	1		x								x
2.	Физическая культура и спорт	2	72	x	x		x	x		1	x								x
3.	Русский язык и культура речи	6	216	x	x	x		x	2		x	x							x
4.	Безопасность жизнедеятельности	2	72	x	x		x	x		2		x							x
5.	Иностранный язык (английский)	16	576	x			x	x	2	1	x	x							x
6.	Философия	4	144	x	x	x		x	4				x	x					x
7.	Экономика	2	72	x	x	x		x		2		2							x
8.	Социология	2	72	x	x	x		x		4				x					x
9.	Основы социального государства	2	72	x	x	x		x		3			x						x
10.	Правоведение	2	72	x	x	x		x		4				x					x
11.	Психология	2	72	x	x	x		x		2		x							x
12.	Математика	4	144	x	x		x	x	2		x	x							x
13.	Информатика	5	180	x	x		x	x	2		x	x							x
14.	Пакеты прикладных программ	2	72	x	x		x	x		5					x				x
15.	Концепции современного естествознания	2	72	x	x	x		x		3			x						x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
16.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		6					x	x			x
17.	Этика и психология делового общения	3	108	x	x	x	x	x		1	x								x
18.	Стилистика и литературное редактирование	4	144	x	x	x		x	3				x						x
19.	Логика	2	72	x	x		x	x		3			x						x
20.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	5						x				x
21.	Основы рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	1		x								x
22.	Основы теории коммуникации	5	180	x	x	x	x	x	2		x	x							x
23.	Социология массовых коммуникаций	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x			x
24.	Психология массовых коммуникаций	3	108	x	x	x	x	x		4				x					x
25.	Теория и практика массовой информации	8	288	x	x	x	x	x	6						x	x			x
26.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	8	288	x	x	x	x	x	4				x	x					x
27.	Основы менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	3				x						x
28.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x			x
29.	Основы маркетинга	4	144	x	x	x	x	x	4				x	x					x
30.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	7	252	x	x	x	x	x	6						x	x			x
31.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x	x
32.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8									x	x
33.	Основы антикризисного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	8								x	x	x
34.	Конфликтология	2	72	x	x	x	x	x		7							x		x
35.	Практический курс иностранного (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x					x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
36.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	7	6					x	x	x		x
Блок 1.2	Вариативная часть	37	1332	x	x	x	x	x											
	<i>Дисциплины, определяемые ОПОП вуза</i>	16	576	x	x	x	x	x											
1.	История и актуальные проблемы журналистики	2	72	x	x	x		x		4				x					x
2.	Брендинг	2	72	x	x	x	x	x		7							x		x
3.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере	3	108	x	x	x	x	x		7							x		x
4.	Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x			x
5.	Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе	4	144	x	x		x	x	7								x		x
	<i>Дисциплины по выбору студента, определяемые ОПОП вуза</i>	21	756	x	x	0	x	x											
1.	Основы трудового законодательства	1	36	x	x			x		2		x							x
2.	Социология личности	x	x	x	x			x		x		x							x
3.	Методы научных исследований	2	72	x	x			x		3			x						x
4.	Методология написания научных работ	x	x	x	x			x		x			x						x
5.	Теория и практика аргументации	x	x	x	x			x		x			x						x
6.	Немедийные коммуникации	2	72	x	x			x		3			x						x
7.	Деловая документация в связях с общественностью и рекламе	x	x	x	x			x		x			x						x
8.	Брендинг территории	1	36	x	x			x		8								x	x
9.	Регионоведение	x	x	x	x			x		x								x	x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
10.	Этнология	1	36	x	x			x		8								x	x
11.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x			x		x								x	x
12.	Управление персоналом	2	72	x	x			x		6						x			x
13.	Репутационный менеджмент	x	x	x	x			x		x						x			x
14.	Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью	1	36	x	x			x		7							x		x
15.	Правовое регулирование рекламной деятельности	x	x	x	x			x		x							x		x
16.	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	1	36	x	x			x		8								x	x
17.	Социальный маркетинг	x	x	x	x			x		x								x	x
18.	Основы деловой корреспонденции (на английском языке)	2	72	x			x	x		3			x						x
19.	Развитие навыков устного делового общения (на английском языке)	x	x	x			x	x		x			x						x
20.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на английском языке)	2	72	x			x	x		4				x					x
21.	Совершенствование навыков орфографии (на английском языке)	x	x	x			x	x		x				x					x
22.	Деловые переговоры (на английском языке)	2	72	x			x	x		5					x				x
23.	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x				x
24.	Основы предпринимательской деятельности	2	72	x	x			x		5					x				x
25.	Основы коммерции	x	x	x	x			x		x					x				x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
26.	Консалтинг в коммерческой сфере	2	72	х	х			х		8								х	х
27.	Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях	х	х	х	х			х		х								х	х
28.	Общая физическая подготовка	-	328	х	х	х	х	х		2-5, 6 диф.	х	х	х	х	х	х			х
29.	Игровые виды спорта	х	х	х	х	х	х	х		х	х	х	х	х	х	х			х
30.	Атлетическая гимнастика	х	х	х	х	х	х	х		х	х	х	х	х	х	х			х
31.	Корригирующая гимнастика	х	х	х	х	х	х	х		х	х	х	х	х	х	х			х
32.	Туризм	х	х	х	х	х	х	х		х	х	х	х	х	х	х			х
	ИТОГО	195	7020	х	х	х	х	х			х	х	х	х	х	х	х	х	
Блок 2	Практики	36	1296																
Блок 2.1	Вариативная часть																		
	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	9										3		6					
	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	21														9	12		
	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	3																3	
	Производственная практика (преддипломная)	3																3	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9	324																
Блок 3.1	Базовая часть																		
	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	6																6	
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3																3	
	Общая трудоемкость ОПОП	240	8640									60	60	60	60	60	60		

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
Ф	Факультативы	9	324																
Ф.1	Блок лингвистических факультативных дисциплин по выбору	7	252																
Ф.1.1	Русский язык как иностранный	7	252	х			х	х		2 диф.	х	х							
Ф.1.2	Второй иностранный язык	7	252	х			х	х		6 диф.					х	х			
Ф.2	Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору	2	72																
Ф.2.1	Русский язык в социокультурном аспекте	2	72	х			х	х		3			х						
Ф.2.1	Коррупция: причины, проявление, противодействие	2	72	х	х			х		4				х					

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	Всего
Экзамен	2	5	2	4	1	5	2	3	24
Зачет	3	4	6	5	3	3	4	4	32

КУРСОВАЯ РАБОТА

Дисциплина (на выбор)	Курс / семестр	Форма контроля
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	III / 6	Диф. зачет
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		
Теория и практика массовой информации		
Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов		

Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Курсовые работы, текущая и промежуточная аттестации рассматриваются как вид учебной работы по дисциплине и выполняются в пределах трудоемкости, отводимой на её изучение.

Факультативы не входят в трудоёмкость 240 зачетных единиц.

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по направлению подготовки
42.03.01 РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи
с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) «бакалавр»
 Нормативный срок обучения – 4 года 6 месяцев
 Форма обучения – очно - заочная

I. Календарный учебный график

Курс	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август					
	4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.					
I																*			4/ 2э	Э	К							У	У					*	4/ 2э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
II																*			4/ 2э	Э	К									У	У	У	У				*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
III												П	П	П	П	П	П		2/ 4э	К													*	4/ 2э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
IV											П	П	П	П	П	П	П		2/ 4э	К	Н	Н													*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
V				Д	Д										2/ 4э	Г	*	Г	Г	Г	Г	Г	К	К	К																									

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Условные обозначения		Курсы	Теоретическое обучение	Нерабочие праздничные дни	Экзаменационная сессия	Практики				Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
Э	Теоретическое обучение Экзаменационная сессия					Учебная	Производственная	Производственная (НИР)	Производственная (преддипломная)			
У	Учебная практика	I	34	2	4	2					10	52
П	Производственная практика	II	33	2	3	4					10	52
Н	Производственная практика (НИР)	III	30	2	4		6				10	52
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	27	2	3		8	2			10	52
К	Каникулы	V	13	1	1				2	6	3	26
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	137	9	15	6	14	2	2	6	48	234

- *неделя равна сумме нерабочих праздничных дней в семестре
- 4/2э – 4 дня – теоретическое обучение, 2э – экзаменационная сессия
- 2/4э – 2 дня – теоретическое обучение, 4э – экзаменационная сессия

III. План учебного процесса

Код УЦ ОПОП	Наименование дисциплин	Зачетные единицы	Ч а с ы						Форма итогового контроля (семестр)		Распределение по курсам и семестрам										Объем работы обучающегося во взаимодействии с преподавателем
			Общая трудоёмкость	Аудиторные часы				Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет	I курс		II курс		III курс		IV курс		V курс		
		Семестр		Семестр		Семестр					Семестр		Семестр								
		1		2	3	4	5				6	7	8	9							
		недель		недель		недель					недель		недель								
20	14	20	13	14	16	12	15	13													
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Блок 1	Дисциплины (модули)	195	7020	х	х	х	х	х													
Блок 1.1	Базовая часть	158	5688	х	х	х	х	х													
1.	История	4	144	х	х	х		х	1		х									х	
2.	Физическая культура и спорт	2	72	х	х		х	х		1	х									х	
3.	Русский язык и культура речи	6	216	х	х	х		х	2		х	х								х	
4.	Безопасность жизнедеятельности	2	72	х	х	х		х		2		х								х	
5.	Иностранный (английский) язык	16	576	х			х	х	2	1	х	х								х	
6.	Философия	4	144	х	х	х		х	4					х						х	
7.	Экономика	2	72	х	х	х		х		2		х								х	
8.	Социология	2	72	х	х	х		х		5					х					х	
9.	Основы социального государства	2	72	х	х	х		х		3			х							х	
10.	Правоведение	2	72	х	х	х		х		4				х						х	
11.	Психология	2	72	х	х	х		х		1	х									х	
12.	Математика	4	144	х	х		х	х	2		х	х								х	
13.	Информатика	5	180	х	х		х	х	2		х	х								х	
14.	Пакеты прикладных программ	2	72	х	х		х	х		5					х					х	
15.	Концепции современного естествознания	2	72	х	х	х		х		3			х							х	
16.	Религиоведение	3	108	х	х	х		х		5					х					х	
17.	Этика и психология делового общения	3	108	х	х	х	х	х		1	х									х	
18.	Стилистика и литературное редактирование	4	144	х	х	х		х	3				х							х	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
19.	Логика	2	72	x	x		x	x		3			x							x
20.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	6							x				x
21.	Основы рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	1		x									x
22.	Основы теории коммуникации	5	180	x	x	x	x	x	2			x								x
23.	Социология массовых коммуникаций	4	144	x	x	x	x	x	5						x					x
24.	Психология массовых коммуникаций	3	108	x	x	x	x	x		5					x					x
25.	Теория и практика массовой информации	8	288	x	x	x	x	x	6							x				x
26.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	8	288	x	x	x	x	x	4					x						x
27.	Основы менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	3				x							x
28.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	6							x				x
29.	Основы маркетинга	4	144	x	x	x	x	x	4					x						x
30.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	7	252	x	x	x	x	x	6						x	x				x
31.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8									x		x
32.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8									x		x
33.	Основы антикризисного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	9										x	x
34.	Конфликтология	2	72	x	x	x	x	x		7							x			x
35.	Практический курс иностранного (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x						x
36.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	8	6					x	x	x	x		x
Блок 1.2	Вариативная часть	37	1332	x	x	x	x	x												
	Дисциплины, определяемые ОПОП вуза	16	576	x	x	x	x	x												
1.	История и актуальные проблемы журналистики	2	72	x	x	x		x		4				x						x
2.	Брендинг	2	72	x	x	x	x	x		7							x			x
3.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере	3	108	x	x	x	x	x		7							x			x
4.	Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов	5	180	x	x	x	x	x	6							x				x
5.	Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе	4	144	x	x		x	x	7								x			x
	Дисциплины по выбору студента, определяемые ОПОП вуза	21	756	x	x		x	x												
1.	Основы трудового законодательства	1	36	x	x			x		2		x								x
2.	Социология личности	x	x	x	x			x		x		x								x
3.	Методы научных исследований	2	72	x	x			x		3			x							x
4.	Методология написания научных работ	x	x	x	x			x		x			x							x
5.	Теория и практика аргументации	x	x	x	x			x		x			x							x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
6.	Немедийные коммуникации	2	72	x	x			x		3			x							x
7.	Деловая документация в связях с общественностью и рекламе	x	x	x	x			x		x			x							x
8.	Брендинг территории	1	36	x	x			x		9									x	x
9.	Регионоведение	x	x	x	x			x		x									x	x
10.	Этнология	1	36	x	x			x		9									x	x
11.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x			x		x									x	x
12.	Управление персоналом	2	72	x	x			x		7							x			x
13.	Репутационный менеджмент	x	x	x	x			x		x							x			x
14.	Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью	1	36	x	x			x		9									x	x
15.	Правовое регулирование рекламной деятельности	x	x	x	x			x		x									x	x
16.	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	1	36	x	x			x		8								x		x
17.	Социальный маркетинг	x	x	x	x			x		x								x		x
18.	Основы деловой корреспонденции (на иностранном (английском) языке)	2	72	x			x	x		3			x							x
19.	Развитие навыков устного делового общения (на иностранном (английском) языке)	x	x	x			x	x		x			x							x
20.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на иностранном (английском) языке)	2	72	x			x	x		4				x						x
21.	Совершенствование навыков орфографии (на иностранном (английском) языке)	x	x	x			x	x		x				x						x
22.	Деловые переговоры (на иностранном (английском) языке)	2	72	x			x	x		5					x					x
23.	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x					x
24.	Основы предпринимательской деятельности	2	72	x	x			x		7							x			x
25.	Основы коммерции	x	x	x	x			x		x							x			x
26.	Консалтинг в коммерческой сфере	2	72	x	x			x		8								x		x
27.	Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях	x	x	x	x			x		x								x		x
28.	Общая физическая подготовка (элективная дисциплина)	-	328	x	x	x	x	x		6 диф.			x	x	x	x				x
29.	Игровые виды спорта	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
30.	Атлетическая гимнастика	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
31.	Корригирующая гимнастика	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
32.	Туризм	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
	ИТОГО	195	7020	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
Блок 2	Практики	36	1296																	
Блок 2.1	Вариативная часть																			
	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	9	324									x		x						
	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	21	756											x		x				
	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	3	108														x			
	Производственная практика (преддипломная)	3	108																x	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9	324																	
Блок 3.1	Базовая часть																			
	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	6	216																x	
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3	108																x	
	Объем программы бакалавриата	240	8640																	
Ф	Факультативы	9	324	x	x	x	x	x												
Ф.1	Блок лингвистических факультативных дисциплин по выбору	7	252																	
Ф.1.1	<i>Русский язык как иностранный</i>	7	252	x			x	x		2 диф.	x	x								
Ф.1.2	<i>Второй иностранный (французский) язык</i>	7	252	x			x	x		6 диф.				x	x					
Ф.2	Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору	2	72																	
Ф.2.1	<i>Русский язык в социокультурном аспекте</i>	2	72	x			x	x		3			x							
Ф.2.1	<i>Коррупция: причины, проявление, противодействие</i>	2	72	x	x			x		4				x						

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Всего
Экзамен	2	5	2	4	1	5	1	3	1	24
Зачет	4	3	6	3	5	1	5	2	3	32

КУРСОВАЯ РАБОТА

<i>Дисциплина</i>	<i>Курс /семестр</i>	<i>Форма контроля</i>
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	III/6	Диф. зачет
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		
Теория и практика массовой информации		
Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов		

Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

Курсовые работы, текущая и промежуточная аттестации рассматриваются как вид учебной работы по дисциплине и выполняются в пределах трудоемкости, отводимой на её изучение. Факультативы не входят в трудоемкость 240 зачетных единиц.

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по направлению подготовки
42.03.01 РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Направленность (профиль): Реклама и связи
с общественностью в коммерческой сфере

Квалификация (степень) «бакалавр»
 Нормативный срок обучения – 4 года 6 месяцев
 Форма обучения - заочная

I. Календарный учебный график

Курсы	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
	4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.				4 нед.				4 нед.				5 нед.																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																												
I															*			2/4э	Э	К									У	У					*	4/2э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Условные обозначения		Курсы	Теоретическое обучение	Нерабочие праздничные дни	Экзаменационная сессия	Практики				Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
Э	Теоретическое обучение Экзаменационная сессия					Учебная	Производственная	Производственная (НИР)	Производственная (преддипломная)			
У	Учебная практика	I	34	2	4	2					10	52
П	Производственная практика	II	33	2	3	4					10	52
Н	Производственная практика (НИР)	III	30	2	4		6				10	52
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	27	2	3		2	2			10	52
К	Каникулы	V	13	1	1				2	6	3	26
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	137	9	15	6	14	2	2	6	43	234

- *неделя равна сумме нерабочих праздничных дней в семестре
- 4/2э – 4 – теоретическое обучение, 2э – экзаменационная сессия
- 2/4э – 2 – теоретическое обучение, 4э – экзаменационная сессия

III. План учебного процесса

Код УЦ ОПОП	Наименование дисциплин	Зачетные единицы	Ч а с ы						Форма итогового контроля (семестр)		Распределение по курсам и семестрам										Объем работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем
			Трудоёмкость по ФГОС	Общая трудоёмкость	Аудиторные часы				Самостоятельная работа	Экзамен	Зачет	I курс		II курс		III курс		IV курс		V курс	
		Всего			Лекция	Семинар	Практическое занятие	Семестр				Семестр		Семестр		Семестр		Семестр			
								1				2	3	4	5	6	7	8	9		
								недель				недель	недель	недель	недель	недель	недель	недель			
20	14	20	13	14	16	14	13	8													
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
Блок 1	Дисциплины (модули)	195	7020	x	x	x	x	x													
Блок 1.1	Базовая часть	158	5688	x	x	x	x	x													
1.	История	4	144	x	x	x		x	1		x									x	
2.	Физическая культура и спорт	2	72	x	x		x	x		1	x									x	
3.	Русский язык и культура речи	6	216	x	x	x		x	2		x	x								x	
4.	Безопасность жизнедеятельности	2	72	x	x		x	x		2		x								x	
5.	Иностранный (английский) язык	16	576	x			x	x	2	1	x	x								x	
6.	Философия	4	144	x	x	x		x	4				x	x						x	
7.	Экономика	2	72	x	x	x		x		2		x								x	
8.	Социология	2	72	x	x	x		x		4				x						x	
9.	Основы социального государства	2	72	x	x	x		x		3			x							x	
10.	Правоведение	2	72	x	x	x		x		4				x						x	
11.	Психология	2	72	x	x	x		x		1	x									x	
12.	Математика	4	144	x	x		x	x	2		x	x								x	
13.	Информатика	5	180	x	x		x	x	2		x	x								x	
14.	Пакеты прикладных программ	2	72	x	x		x	x		5					x					x	
15.	Концепции современного естествознания	2	72	x	x	x		x		3			x							x	
16.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		6					x	x				x	
17.	Этика и психология делового общения	3	108	x	x	x	x	x		1	x									x	
18.	Стилистика и литературное редактирование	4	144	x	x	x		x	3				x							x	
19.	Логика	2	72	x	x		x	x		3			x							x	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
20.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	5						x					x
21.	Основы рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	1		x									x
22.	Основы теории коммуникации	5	180	x	x	x	x	x	2			x								x
23.	Социология массовых коммуникаций	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x				x
24.	Психология массовых коммуникаций	3	108	x	x	x	x	x		4				x						x
25.	Теория и практика массовой информации	8	288	x	x	x	x	x	6						x	x				x
26.	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	8	288	x	x	x	x	x	4				x	x						x
27.	Основы менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	3			x	x							x
28.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x				x
29.	Основы маркетинга	4	144	x	x	x	x	x	4				x	x						x
30.	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	7	252	x	x	x	x	x	6						x	x				x
31.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x		x
32.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x		x
33.	Основы антикризисного менеджмента	3	108	x	x	x	x	x	9										x	x
34.	Конфликтология	2	72	x	x	x	x	x		7							x			x
35.	Практический курс иностранного (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x						x
36.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	8	6					x	x	x	x		x
Блок 1.2	Вариативная часть	37	1332	x	x	x	x	x												
	<i>Дисциплины, определяемые ОПОП вуза</i>	16	576	x	x	x	x	x												
1.	История и актуальные проблемы журналистики	2	72	x	x	x		x		4				x						x
2.	Брендинг	2	72	x	x	x	x	x		7							x			x
3.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере	3	108	x	x	x	x	x		7							x			x
4.	Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x				x
5.	Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе	4	144	x	x		x	x	7								x			x
	<i>Дисциплины по выбору студента, определяемые ОПОП вуза</i>	21	756	x	x		x	x												
1.	Основы трудового законодательства	1	36	x	x			x		2		x								x
2.	Социология личности	x	x	x	x			x		x		x								x
3.	Методы научных исследований	2	72	x	x			x		3			x							x
4.	Методология написания научных работ	x	x	x	x			x		x			x							x
5.	Теория и практика аргументации	x	x	x	x			x		x			x							x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
6.	Немедийные коммуникации	2	72	x	x			x		3			x							x
7.	Деловая документация в связях с общественностью и рекламе	x	x	x	x			x		x			x							x
8.	Брендинг территории	1	36	x	x			x		9									x	x
9.	Регионоведение	x	x	x	x			x		x									x	x
10.	Этнология	1	36	x	x			x		9									x	x
11.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x			x		x									x	x
12.	Управление персоналом	2	72	x	x			x		6						x				x
13.	Репутационный менеджмент	x	x	x	x			x		x						x				x
14.	Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью	1	36	x	x			x		9									x	x
15.	Правовое регулирование рекламной деятельности	x	x	x	x			x		x									x	x
16.	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	1	36	x	x			x		8								x		x
17.	Социальный маркетинг	x	x	x	x			x		x								x		x
18.	Основы деловой корреспонденции (на иностранном (английском) языке)	2	72	x			x	x		3			x							x
19.	Развитие навыков устного делового общения (на иностранном (английском) языке)	x	x	x			x	x		x			x							x
20.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на иностранном (английском) языке)	2	72	x			x	x		4				x						x
21.	Совершенствование навыков орфографии (на иностранном (английском) языке)	x	x	x			x	x		x				x						x
22.	Деловые переговоры (на иностранном (английском) языке)	2	72	x			x	x		5					x					x
23.	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x					x
24.	Основы предпринимательской деятельности	2	72	x	x			x		5					x					x
25.	Основы коммерции	x	x	x	x			x		x					x					x
26.	Консалтинг в коммерческой сфере	2	72	x	x			x		8								x		x
27.	Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях	x	x	x	x			x		x								x		x
28.	Общая физическая подготовка (элективная дисциплина)	-	328	x	x	x	x	x		6 диф.			x	x	x	x				x
29.	Игровые виды спорта	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
30.	Атлетическая гимнастика	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
31.	Корригирующая гимнастика	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
32.	Туризм	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
	ИТОГО	195	7020	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Блок 2	Практики	36	1296																	
Блок 2.1	Вариативная часть																			
	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	9	324									x		x						
	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	18	648												x		x			
	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	6	216															x		
	Производственная практика (преддипломная)	3																	x	
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	9	324																	
Блок 3.1	Базовая часть																			
	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	6	216																x	
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3	108																x	
	Общая трудоемкость ОПОП	240	8640																	
Ф	Факультативы	9	324	x	x	x	x	x												
Ф.1	Блок лингвистических факультативных дисциплин по выбору	7	252																	
Ф.1.1	Русский язык как иностранный	7	252	x			x	x		2 диф.	x	x								
Ф.1.2	Второй иностранный (немецкий/французский) язык	7	252	x			x	x		6 диф.					x	x				
Ф.2	Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору	2	72																	
Ф.2.1	Русский язык в социокультурном аспекте	2	72	x			x	x		3			x							
Ф.2.1	Коррупция: причины, проявление, противодействие	2	72	x	x			x		4				x						

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Всего
Экзамен	2	5	2	4	1	5	1	3	1	24
Зачет	4	3	6	5	3	3	3	2	3	32

КУРСОВАЯ РАБОТА

Дисциплина (на выбор)	Курс / семестр	Форма контроля
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	III / 6	Диф. зачет
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ		
Теория и практика массовой информации		
Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов		

Настоящий учебный план составлен в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере».

Курсовые работы, текущая и промежуточная аттестации рассматриваются как вид учебной работы по дисциплине и выполняются в пределах трудоемкости, отводимой на её изучение.

Факультативы не входят в трудоемкость 240 зачетных единиц.

4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)

Рабочие программы учебных дисциплин обеспечивают качество подготовки обучающихся, составляются на все дисциплины учебного плана.

В рабочей программе четко сформулированы конечные результаты обучения.

Структура и содержание рабочих программ включают цель освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля), разделы дисциплины, темы лекций и вопросы, виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах), образовательные технологии, оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля), рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная), материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

История

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного представления о ходе исторического развития, хронологии, исторических понятиях и персоналиях; изучение истории Российской цивилизации на фоне истории иных локальных цивилизаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Источники и методы изучения истории; проблема перехода от первобытности к цивилизации; древнейшие земледельческие цивилизации Востока; Античность как этап исторического развития; эпоха средневековья в историческом процессе. Европейская средневековая христианская цивилизация. Зарождение и развития Российской цивилизации. Цивилизации средневекового Востока – общая характеристика. Новое время в историческом процессе. Переход к Новому времени в Европе, России, в странах Нового Света, на Востоке. Тенденции исторического развития Российской цивилизации в XVII-XIX вв. Основные события исторического развития в Новейшее время.

Физическая культура и спорт

Цель освоения дисциплины

Освоение студентами системы теоретических и практических знаний, умений и компетенций в области физической культуры и спорта, формирование валеологического сознания и физической культуры личности, формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Краткое содержание

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Практический курс предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством беговых, игровых и силовых видов спорта, предусмотренных программой. Развитие физических качеств. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания.

Русский язык и культура речи

Цель освоения дисциплины

Расширение общегуманитарного кругозора, языковой и коммуникативной компетенций будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Язык и культура: язык как универсальное средство коммуникации и средство создания, хранения, передачи информации и культуры. Русский язык среди других языков мира: структурные особенности русского языка, русская языковая картина мира. Современное состояние русского языка. Содержание понятия культура речи, аспекты культуры речи. Речевое общение: порождение, понимание и трансформация текстов.

Безопасность жизнедеятельности

Цель освоения дисциплины

Формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и компетенций для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

Краткое содержание

Современное состояние и негативные факторы среды обитания. Принципы обеспечения безопасности и рациональных условий деятельности. Последствия воздействия на человека

опасных, вредных и поражающих факторов, принципы их идентификации. Средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости жизнедеятельности в техносфере. Мероприятия по защите населения и персонала объектов экономики в чрезвычайных ситуациях, в том числе, в условиях ликвидации последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий, а также в условиях ведения военных действий. Правовые, нормативные, организационные, экономические и управленческие основы безопасности жизнедеятельности.

Иностранный язык (английский)

Цель освоения дисциплины

Обеспечение базовой профессиональной подготовки бакалавров на начальном этапе обучения (I курс); формирование умений говорения (монологическая и диалогическая речь), чтения, аудирования и письма (неформальное письмо). Обучение всем видам речевой деятельности осуществляется на основе комплексного подхода. Объем каждого отдельного вида речевой деятельности регламентируется в учебно-методических комплексах (модулях).

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 16 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Тематические компоненты:

Формирование целевых умений речевого общения на иностранном (английском) языке осуществляется в рамках следующих тематических комплексов:

1. Люди вокруг нас: семья, семейные традиции российской и британской семьи, внешность, одежда, общеевропейские праздники;
2. Мой дом: домашняя обстановка, быт британской/американской семьи.
3. День в жизни студента, включающий разделы Распорядок дня российского и британского студента, Досуг, Любимые занятия, В университете, Предметы специализации, Экзаменационная сессия, Система обучения в старейших университетах Великобритании и США.
4. Времена года, климат России и англоязычных стран, включающий разделы: Любимое время года, Каникулы, Прогноз погоды, Путешествия.

Языковые аспекты: фонетика, графика и орфография, орфоэпия, лексика, грамматика.

Философия

Цель освоения дисциплины

Формирование общекультурных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, что предполагает изучение многообразия философских концепций и специфики философского типа мышления, формирование культуры мышления и навыков философского подхода к решению профессиональных задач и актуальных проблем современной цивилизации, а также развитие философской культуры личности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

Краткое содержание

Философия, ее место и роль в культуре. Исторические типы философии. Античная философия. Особенности средневековой философии. Философские идеи эпохи Возрождения. Философия XVII-XIX веков. Философия XX века. Русская философская мысль, ее истоки, особенности и основные этапы развития. Учение о бытии. Человек как предмет философских размышлений. Человек и общество. Человек и культура. Проблема сознания в философии и науке. Познание как философская проблема. Философия коммуникации. Наука и техника. Будущее человечества.

Экономика

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системы знаний об экономических отношениях, механизмах и закономерностях рыночной системы хозяйства.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5).

Краткое содержание

Введение в экономику. Рынок. Спрос и предложение. Фирма. Типы рыночных структур. Факторные рынки. Формирование и распределение доходов. Макроэкономическое равновесие. Безработица. Инфляция. Государственное регулирование экономики. Экономический рост и экономические циклы.

Социология

Цель освоения дисциплины

Изучение закономерностей развития общества.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы социально-философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

Краткое содержание

Социология как наука. Общество как социокультурная система. Культура как регулятор социального взаимодействия и социальных отношений. Социальные институты. Социальные организации. Социальные общности и социальные группы. Социальная стратификация. Личность как социальный тип и деятельный субъект. Социальный контроль и социальные изменения. Методология социологического исследования.

Основы социального государства

Цель освоения дисциплины

Формирование представлений о социальной политике государства как междисциплинарном научном направлении и элементе общей системы знаний о государстве, актуальных проблемах социальной политики государства и возможностей повышения ее эффективности, изучение процессов развития и становления основных моделей социального государства.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Концепции социального государства и его индикаторы. Принципы и модели социального государства. Конституционно-правовая основа социального государства. Экономическая основа социального государства. Социальная политика государства. Социальная ответственность государства.

Правоведение

Цель освоения дисциплины

Изучение системы знаний о праве, его сущности и роли в регулировании общественных отношений, формирование юридического мышления, общей и правовой культуры, овладение навыками исполнять и соблюдать правовые нормы, применять нормативные правовые акты в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Основы теории государства. Основы теории права. Конституционное право. Гражданское право. Семейное право. Трудовое право. Уголовное право. Основы экологического права. Основы информационного права. Защита прав потребителей товара (работы, услуг).

Психология

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента теоретических основ и методологического базиса психологии, знаний о механизмах и закономерностях функционирования и развития психики, а также умений использовать полученные психологические знания в практике профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Предмет, объект, задачи и методы психологии. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Основные подходы к пониманию личности и её структуры. Закономерности, условия и источники развития личности. Мотивационно-потребностная сфера личности. Внутренние преграды и конфликты в мотивационной сфере. Ценности и идеалы личности, её самоопределение.

Познавательная деятельность и познавательные способности личности. Регуляция познавательной активности личности. Эмоционально-волевая сфера личности и её структура. Активность, саморегуляция и самоорганизация личности. Индивидуально-психологические особенности личности. Способности и деятельность.

Общение и коммуникативный потенциал личности. Структура общения. Система коммуникативных свойств и способностей личности. Роль общения в профессиональной деятельности. Личность и группа. Межличностные отношения в группе. Социально-психологический климат в группе. Психологические проблемы эффективности групповой деятельности. Причины возникновения, стадии протекания и методы разрешения конфликтов. Групповые нормы. Групповая совместимость и сплочённость. Особенности взаимодействия личности с группами разного уровня развития. Лидерство и руководство в группе. Групповое решение.

Математика

Цель освоения дисциплины

Изучение основ математики, математической логики, теории вероятностей и математической статистики; методов формулирования и решения рационалистических проблем, относящихся к любому виду человеческой деятельности, формирование математического аппарата, развитие математической культуры.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Краткое содержание

Элементы аналитической геометрии. Линейная алгебра. Действительные функции и предел. Дифференциальное исчисление. Интегральное исчисление. Элементы высшей алгебры. Теория вероятностей. Математическая статистика.

Информатика

Цель освоения дисциплины

Формирование навыков в постановке задачи для решения ее с использованием персонального компьютера, в выборе инструментального средства для ее решения, эффективной работы с выбранным инструментальным средством.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Краткое содержание

Информатика как наука и учебная дисциплина. Информация и информационные процессы. Представление данных и организация их хранения. Вычислительная техника. Аппаратные и программные средства. Основы работы с прикладными программами общего назначения. Алгоритмизация и программирование. Компьютерные сети. Основы компьютерной безопасности и защиты информации.

Пакеты прикладных программ

Цель освоения дисциплины

Изучение различных видов компьютерной графики, овладение навыками создания, преобразования и редактирования графических изображений, разработка рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-

коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Краткое содержание

Введение в компьютерную графику. Основные приемы работы с растровым редактором Adobe Photoshop. Создание многослойных композиций в Adobe Photoshop. Основные приемы работы с векторным графическим редактором CorelDRAW. Планирование и создание макета с использованием элементов CorelDraw. Верстка макетов документов.

Концепции современного естествознания

Цель освоения дисциплины

Формирование представлений об основных проблемах методологии естественных наук, истории естественных наук, социальной и культурной обусловленности научного знания, характере производства научного знания в конкретные исторические периоды, взаимном влиянии естественных и гуманитарных наук в их историческом развитии.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Концепции современного естествознания: предмет и задачи курса. Эволюция понятия науки. Научная революция. Современная космология. Релятивистские и квантомеханические концепции современного естествознания. Концепции эволюционной химии. Системные и синергетические системные концепции естествознания. Биологические концепции естествознания. Современная этология. Антропологические концепции. Глобальные проблемы экологии и современная естественнонаучная картина мира.

Религиоведение

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о приоритетной роли религии в определении мировоззренческих установок и социального поведения людей в контексте культур различных наций и этносов.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12).

Краткое содержание

Предмет, методы и функции религиоведения. Религия в системе культуры. Сущность религии с точек зрения различных мировоззренческих подходов, философских, религиозных и социологических теорий. Ранние формы религий. Особенности политеизма. Религии древних обществ, средиземноморья. Национальные религии. Буддизм: история возникновения, культовые и догматические особенности. Раннее христианство: генезис вероучения и культа. Культовые и догматические особенности католицизма и православия. Основные этапы истории католицизма. Протестантские церкви и секты. Основные этапы развития Русской православной церкви. Феномен старообрядчества в контексте православной традиции. Современное состояние русского православия. Ислам как мировая религия. Современные нетрадиционные религиозные культы религии в России. Проблема законодательного регулирования религиозной деятельности: отечественный и зарубежный опыт. Религиозное сознание в контексте современного информационно-коммуникативного пространства.

Этика и психология делового общения

Цель освоения дисциплины

Изучение теоретических основ и формирование практических навыков делового общения как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Деловое общение и его основные характеристики. Речевая культура делового общения. Невербальные средства делового общения. Психология делового общения. Формы делового общения. Основы деловой этики. Деловой этикет. Национально-культурные особенности делового общения.

Стилистика и литературное редактирование

Цель освоения дисциплины

Овладение знаниями стилистической системы русского языка, формирование навыков и умений литературного редактирования как одного из видов текстовой деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Краткое содержание

Стилистическая система русского литературного языка. Научный стиль. Официально-деловой стиль. Публицистический стиль. Язык художественной литературы. Особенности устной публичной речи. Язык и стиль средств массовой коммуникации. Функционирование лексических и фразеологических средств. Функционирование морфологических норм в речи. Имя существительное. Имя прилагательное. Имя числительное. Местоимение. Глагол. Функционирование предложения простого и сложного. Стилистика текста. Тропы и стилистические фигуры, их роль в построении текстов различных типов и назначений. Текст как объект литературного редактирования. Виды текстов и особенности работы редактора над ними. Критерии редакторской оценки: рассуждение, описание, повествование. Правка текста при литературном редактировании. Виды правки. Психологические предпосылки редактирования. Логические основы редактирования текста. Работа над композицией авторского материала. Работа над фактическим материалом. Работа над языком и стилем публикаций. Методика редактирования авторского материала.

Логика

Цель освоения дисциплины

Освоение логических основ мыслительной деятельности, повышение культуры мышления и формирование умений и навыков аргументации.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Краткое содержание

Предмет и значение логики. Логика и язык. Понятие как логическая форма. Суждение как логическая форма. Умозаключение. Виды умозаключений. Логические основы теории аргументации.

Основы коммуникационного и культурного менеджмента

Цель освоения дисциплины

Овладение студентами знаниями о задачах, средствах, формах и технологиях управления корпоративными коммуникациями, о методах разработки и реализации коммуникативной политики организации.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Концептуальные основы коммуникационного и культурного менеджмента. Основы планирования в коммуникационном и культурном менеджменте. Методы исследования в коммуникационном и культурном менеджменте. Коммуникационные аспекты управления персоналом в организации. Коммуникационный и культурный менеджмент в кризисных ситуациях. Особенности коммуникационного и культурного менеджмента в мультикультурной среде.

Основы рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, что предполагает изучение теоретических основ и формирование практических навыков рекламы и связей с общественностью как необходимого условия эффективности в дальнейшем усвоении знаний о механизмах и закономерностях функционирования и развития профессиональной деятельности, а также формирование умений использовать теоретические знания в практике профессиональной деятельности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Реклама и связи с общественностью в системе культуры и массовой коммуникации. Реклама в структуре интегрированных коммуникаций. История рекламы. Протореклама, ее сущность и функции, демонстрационная функция проторекламы, знаковые средства создания образов предметно-вещественной среды, тотемы, маски, рисунки как первые сигнальные формы идентификации предметов и явлений окружающего мира. Социальные факторы формирования рекламы: культура античных городов. Виды рекламы эпохи раннего, развитого

и позднего средневековья. Изобразительная и письменная реклама эпохи Средневековья. Истоки связей с общественностью в древнем мире. Элементы связей с общественностью в ритуализированных формах регламентации коммуникативного поведения людей в аграрных цивилизациях. Новое время – поиски новых форм связей с общественностью. Социальные, экономические и политические причины разработки современных форм связей с общественностью (паблик рилейшнз) в XX и XXI вв. Роль связей с общественностью в системе современного гражданского общества и рыночной экономики. Определение связей с общественностью (паблик рилейшнз), основные профессиональные термины. Теоретические и прикладные проблемы в связях с общественностью. Модернизация механизмов управления коммуникационными процессами в XX и XXI вв. Современные связи с общественностью (паблик рилейшнз).

Основы теории коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента знаний об особенностях коммуникационных процессов, механизмах и закономерностях их функционирования и развития, видах и формах социальной коммуникации, об особенностях языка письменной и устной коммуникации; а также умений использовать теоретические знания в области социальной коммуникации в практике профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Объект и предмет теории социальной коммуникации. Ключевые понятия. Коммуникация. Коммуникабельность. Межличностная коммуникация. Массовая коммуникация. Социальная коммуникация. Коммуникативное пространство. Коммуникативные технологии. Коммуникативные посредники. Коммуникативная личность. Коммуникативная ситуация. Общение. Интеракция. Речевая деятельность. Дискурс. Коммуникативная ситуация. Коммуникативная система. Многоаспектный характер теории социальной коммуникации. Коммуникация в культурно-историческом и социально-психологическом измерениях. Структура коммуникативного процесса. Средства коммуникации.

Коммуникативные посредники и метаязыки культуры. Виды коммуникации и их культурная обусловленность. Факторы и аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики. Этнокультурная и межкультурная коммуникация. Барьеры коммуникации: психологические, языковые и социальные. Проблемы билингвизма в полиэтнических сообществах. Понимание как феномен коммуникации. Критерии эффективности коммуникации. Факторы, обуславливающие социальную значимость

коммуникации. Социальные стереотипы и их роль в коммуникационном процессе. Язык коммуникации. Семиотика языка. Языковые и социальные барьеры коммуникации. Современные миграционные процессы и проблемы адаптации мигрантов к культурно-коммуникативной среде титульных этносов. Коммуникативное пространство и его составляющие. Уровни коммуникации. Семиотический, лингвистический и металингвистический уровни коммуникации. Художественно-коммуникативные компоненты кино, телевидения, литературы, политики в формировании общественного мнения. Использование элементов художественной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

Социология массовых коммуникаций

Цель освоения дисциплины

Овладение студентами теоретическими и практическими знаниями в области социологии массовой коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

Краткое содержание

Социология массовой коммуникации как область социологического знания. Коммуникативные, технологические и функциональные задачи социологии массовой коммуникации.

Массовая коммуникация и межличностная коммуникация. Коммуникатор и массовая аудитория. Информация и массовая информация. Каналы распространения массовой информации. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. СМК и другие каналы распространения информации. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход. Коммуникация как фактор стабильности и развития в социуме. Этапы развития средств коммуникации. Коммуникативные функции новых социальных институтов.

Эволюция представлений взглядов социологов о роли СМК в жизни общества и индивида. Социальные предпосылки оформления социологии СМК как науки. Научные, прагматические, идеологические факторы развития социологии СМК. Динамика представлений социологов на роль СМК в жизни индивида. СМК и индивид. Индивидуальные и социальные интересы. Тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений. Теоретические модели взаимоотношений одноступенчатая и двухступенчатая модели. Понятие «лидера мнений». Соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения. Теория «спирали умолчания» Э. Ноэль и ее прикладное значение для теории взаимоотношений СМК и индивида. Теории массовой коммуникации: когнитивная, теория социального научения, теории социализации, теории культивирования и навязывание повестки дня, теория использования и удовлетворения.

Средства массовой коммуникации как социальная подсистема. Характеристики различных способов передачи информации. Аудитория СМК. Социальные изменения и новые потребности. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе. Функции и роли средств массовой коммуникации.

Деятельность СМК как реализация интересов социальных субъектов. Государство и его взаимоотношения с СМК. СМК как вид бизнеса. Тенденции формирования и функционирования современных средств массовой коммуникации в России.

Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса. Место исследований о коммуникаторе в социологии СМК. Характеристики коммуникатора как фактора успешного контакта с информацией. Отношение к информационному каналу. Критерии отбора новостей. Исследование текста как научная процедура. Аудитория как итоговый этап коммуникации. Потенциальная и реальная аудитория. Анализ содержания массовой коммуникации. Содержание информации и методика его анализа. Оценка содержания информации и продолжительности ее воздействия. Социологические исследования аудитории СМК. Оценка последствий воздействия СМК на индивида. Модификация общения как социологической процедуры. Анкетирование, интервью, наблюдение. Качественные методики изучения аудитории. Метод фокус-групп.

Техника и технология сбора и обработки информации. Опросы общественного мнения. Социологическое исследование как основная технология сбора массовой информации. Формализованный анализ массовой текстовой информации. Метод наблюдения и его возможности при сборе информации. Опросы общественного мнения (в прессе как текст, интерактивные опросы на телевидении и радио). Специфика влияния опросов общественного мнения на межличностную коммуникацию. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Профессиональные требования к публикации опросов и рейтингов.

Психология массовых коммуникаций

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о психологических закономерностях процесса массовой коммуникации, циркулировании информационных потоков в глобализирующемся мире, актуальных вопросах современных исследований в сфере психологии массовых коммуникаций; а также общекультурных и профессиональных компетенций, умений и навыков управления массовыми коммуникациями и регулирования поведения целевых групп.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Психология массовой коммуникации в системе социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации. Мотивация, установка и стереотип в процессе массовой коммуникации. Психология процесса коммуникации. Виды психологического воздействия в процессе массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации в управлении массовыми психологическими процессами коммуникации. Психологические эффекты массовой коммуникации. Методы воздействия рекламы.

Теория и практика массовой информации

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов целостного представления о массово-коммуникативной деятельности как социально-политическом институте, системного понимания основных закономерностей процессов, протекающих в современном информационно-коммуникативном

пространстве, инициирование устремленности к творческому поиску инновационных информационно-коммуникативных форм познавательной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12).

Краткое содержание

Массовая информация и массовая коммуникация: теоретические аспекты. Законодательство в сфере массово-информационной деятельности. Специфика каналов массовой коммуникации. Система средств массовой информации. Информационный рынок России: современное состояние и специфика развития. Развитие медиатеории в XX веке. Глобализация как фактор трансформации современного информационно-коммуникативного пространства. Тенденции развития массовой коммуникации в современном мире. Медиакультура и медиареальность в эпоху глобализации коммуникаций. Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Журналистский текст в системе массовой коммуникации. Методы анализа текстов массовой коммуникации. Техника и технология средств массовой коммуникации.

Теория и практика рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование общетеоретических знаний о характере и специфике деятельности рекламы и связей с общественностью как сфер коммуникативного взаимодействия; выработка профессионального взгляда на роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

Краткое содержание

Реклама и связи с общественностью как сферы коммуникационной деятельности. Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. Стратегическая роль PR в системе управления. Стратегии рекламной деятельности. Профессиональные сферы связей с общественностью. Организационные принципы деятельности рекламы и PR. Планирование и организация PR-кампаний. Планирование и организация рекламных кампаний. Реклама и связи с общественностью как инструменты формирования имиджа. Роль связей с общественностью в формировании и управлении общественным мнением. Бренд-менеджмент в системе деятельности рекламы и связей с общественностью. Медиаарилейшнз в системе связей с общественностью. Рекламный текст в системе рекламной деятельности. PR-текст как инструмент связей с общественностью. Новые информационно-коммуникационные технологии в системе PR. Средства и методы организации мероприятий связей с общественностью. Исследования в связях с общественностью и рекламе.

Основы менеджмента

Цель освоения дисциплины

Освоение системных знаний о менеджменте и формирование начальных навыков управления организациями в связях с общественностью и рекламе.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Эволюция менеджмента. Необходимые навыки и новые требования к ним начала XXI века. Построение организации. Типы организационных структур. Общее и особенное в управлении различными типами организаций в современной рыночной экономике. Менеджмент как наука управления организациями. Предмет и методы теории менеджмента. Функции и принципы менеджмента. Коммуникации и принятие решений как связующие звенья функций менеджмента. Принципы менеджмента. Методы менеджмента и стили руководства. Личность, власть и авторитет менеджера. Динамика групп и лидерство. Управленческие решения. Реализация и контроль исполнения решений. Особенности управленческого труда. Условия успешного руководства организацией. Основные управленческие роли. Уровни управления. Управление персоналом предприятия. Связи с общественностью в структуре руководства организацией. Деятельность отделов по связям с

общественностью в достижении эффективности власти в организации. Управление конфликтами в организации. Социальная ответственность и проблемы этики в менеджменте. Личностные ценности и их влияние на поведение человека в организации.

Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Освоение студентами общих понятий, знаний и навыков профессиональной работы в отделах по рекламе и связям с общественностью в коммерческой, некоммерческой и государственной сферах.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

Краткое содержание

Целесообразность создания отделов рекламы и служб по связям с общественностью в структуре различных организаций. Подразделение по связям с общественностью и рекламе в структуре предприятия. Виды и типы структурных подразделений по рекламе и связям с общественностью. Структура отделов рекламы и связей с общественностью. Рекламная служба и PR-отдел в системе корпоративного менеджмента. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отделов по рекламе и связям с общественностью. Виды деятельности отделов. Сегментирование направлений деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. Исследовательский сегмент. Творческий сегмент. Аналитический сегмент. Медиа-сегмент. Производственный сегмент. Работа подразделения по связям с общественностью и рекламе в разработке общекорпоративной стратегии. Внутрикорпоративные коммуникации и отношения с персоналом. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии. Планирование работы отдела по связям с общественностью и рекламы. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью. Рекламное и PR-агентство: основы деятельности и менеджмента. Система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии. Оценка эффективности работы отделов рекламы и связей с общественностью.

Основы маркетинга

Цель освоения дисциплины

Формирование системных знаний в области маркетинга и приобретение навыков использования инструментов маркетинга в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

Краткое содержание

Предмет и основные понятия маркетинга. Система маркетинговых исследований. Сегментация рынка. Товар и товарная политика фирмы. Товародвижение и реализация товара. Система маркетинговых коммуникаций. Управление маркетинговой деятельностью фирмы. Международный маркетинг.

Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Цель освоения дисциплины

Формирование комплекса знаний и представлений о ситуационном анализе в сфере связей общественности и рекламы, а также развитие системы умений и навыков проведения маркетинговых исследований, анализа и практического использования их результатов в практике профессиональной PR-коммуникации и рекламной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Краткое содержание

Маркетинговая информация в историческом контексте. Понятие, предмет, метод маркетингового исследования. Универсальные требования к маркетинговому исследованию и субъекты его проведения. Виды и область приложения маркетинговых исследований. Планирование и организация маркетингового исследования. Информационные основы маркетингового исследования. Источники маркетинговой информации. Вторичные данные в системе маркетинговой информации. Первичные носители информации в маркетинговом исследовании. Наблюдение как метод сбора первичных данных. Эксперимент в маркетинговом исследовании. Опрос как метод маркетингового исследования. Анкетирование и интервьюирование. Выборка в маркетинговом исследовании. Панельный метод. Практика использования фокус-групп в маркетинговых исследованиях. Моделирование в маркетинге. Ситуационный маркетинговый анализ: принципы и методы. Стратегический анализ и стратегическая ситуация рынка. Прогнозирование в маркетинговом анализе. Перспективный анализ динамики и устойчивости рынка. Исследования реакций рынка на ситуационные рыночные изменения. Изучение конкуренции и конкурентной

борьбы. Бенчмаркетинг. Потребительское поведение: анализ и воздействие. Исследование потребительских мотивов. Маркетинговые исследования в области цен и ценообразования.

Современная пресс-служба

Цель освоения дисциплины

Овладение студентами теоретическими и практическими знаниями о деятельности структурных подразделений (пресс-служба), функционально отвечающих за осуществления медиарелейшнз в организации.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Информационная политика органов государственной власти. Государственная служба как открытая система. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ. Структура и принципы организации современной пресс-службы. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ. Пресс-служба администрации Президента России. Основные направления работы ДИП МИД РФ. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей. Формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб. Роль Союза журналистов России. Основные функции и методы работы, пресс-служб администраций Нижнего Новгорода и Нижегородской области.

Основы медиапланирования

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов понимания медиапланирования как исторически развивающегося процесса в системе рекламной деятельности, представления о медиапланировании как инструменте эффективного управления рекламной кампанией предприятия в современных условиях.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

Краткое содержание

Медиапланирование в системе рекламной деятельности. Каналы массовой коммуникации и их роль в медиапланировании. Новые медиа как каналы дистрибьюции. Методы исследования средств массовой коммуникации. Методы исследования аудитории. Маркетинговый анализ в системе медиапланирования. Стратегия и тактика медиапланирования. Процесс медиапланирования. Разработка медиаплана.

Основы антикризисного менеджмента

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов целостной системы представлений об антикризисных PR- и рекламных программах, субъектах антикризисной деятельности и их функциях, базовых процессах и технологиях, обучение основным навыкам планирования, оценки, формам и методам взаимодействия с целевыми аудиториями и медиаторами коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

Краткое содержание

Методологические основы антикризисного менеджмента. Государственное регулирование кризисных ситуаций. Кризисы в системе государственного управления. Риски в антикризисном управлении. Диагностика и типология кризисов. PR и реклама в антикризисном менеджменте. Основные функции, стратегии деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Содержание деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Технологии и инструменты антикризисных коммуникаций.

Конфликтология

Цель освоения дисциплины

Освоение системных знаний о природе социального конфликта и формирование умений и навыков управления конфликтными ситуациями.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Конфликтология, её предмет и задачи. Проблема конфликта в истории философской и социологической мысли. Природа социального конфликта. Процесс и динамика конфликта. Проблема типологии конфликтов. Человеческий фактор в конфликте. Современные

технологии разрешения конфликтов. Связи с общественностью в управлении конфликтными и кризисными ситуациями.

Практический курс иностранного (английского) языка

Цель освоения дисциплины

Формирование иноязычной коммуникативной компетенции и формирование первичных навыков профессиональной коммуникации. В качестве целевых умений, составляющих основу коммуникативной компетенции на младшем этапе, выступают умения говорения, умения чтения с пониманием, умения понимания на слух (аудирование), умения письма и перевода.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Студенческая жизнь. Личные достижения. Подготовка к экзаменам. Планирование рабочего времени. Призвание и выбор профессии. Личные и профессиональные качества. Условия работы. Карьера. Проблемы поиска работы. Средства массовой информации: типы, их характерные особенности, распространение, оценка. Реклама и связи с общественностью как профессиональные сферы деятельности. Опыт проведения отдельных рекламных и PR-кампаний.

Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере

Цель освоения дисциплины

Формирование у обучающихся навыков межкультурной коммуникации в ее языковой, предметной и деятельностной формах, принимая во внимание стереотипы мышления и социальное поведение носителей языка, необходимых для решения профессиональных задач в области государственного и муниципального управления в рамках межкультурного общения и выведение их на международный уровень B2-C1.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 13 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Совершенствование навыков и умений практического владения иностранным (английским) языком в письменной и устной формах осуществляется на базе тематических

комплексов: реклама, PR и проблемы города; реклама, PR и искусство; занятость специалистов по PR в области театра, кино, музыки и живописи; современная глобализация, содержание и формы СГ; реклама, PR и проблемы современного общества; народ и правительство. Основными видами речевой деятельности в рамках дисциплины являются реферирование с элементами комментирования англо- и русскоязычных научно-публицистических текстов, проблемная дискуссия, сообщение по теме (в форме презентаций), решение проблемных задач, написание эссе, пресс-релизов.

История и актуальные проблемы журналистики

Цель освоения дисциплины

Изучение истории становления и развития журналистики как исторически развивающегося феномена, особенностей развития журналистики в разных странах мира.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью к самоорганизации и саморазвития (ОК-7);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Возникновение и развитие журналистики в России в XVIII – первой половине XIX вв. Русская журналистика второй половины XIX - начала XX вв. Типология русской прессы начала XX века. Российская пресса в периоды социальных революций. Особенности развития в России газетно-журнальной периодики в 20-30-е годы XX века. Печать в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.). Развитие советской журналистики в 50-90-е гг. XX века. Формирование новой системы печати постсоветской России. Зарождение европейской журналистики. Рождение периодической печати в Европе: западноевропейская печать XVII столетия. Специфика и основные тенденции развития журналистики XVIII столетия. Журналистика в XIX – начале XX столетия: век газеты. История западноевропейской журналистики XX столетия. История журналистики Азии, Африки Австралии и Океании. Актуальные вопросы журналистики.

Брендинг

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о брендинге как системной деятельности в области маркетинговых коммуникаций и раскрытие роли брендинга в экономических и социокультурных процессах современного мира.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и

оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Краткое содержание

Брендинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Типология и классификация брендов. Основные этапы планирования и построения бренда. Идентификационный комплекс в системе брендинга. Понятие торговой марки и фирменного стиля. Система управления брендом. Бренд-менеджмент. Комплекс рекламы в управлении брендом. Франчайзинг, лизинг, спонсоринг как средства расширения влияния бренда. Анализ эффективности бренда и брендинговой кампании. Современные информационно-коммуникационные технологии продвижения бренда в условиях глобализации.

Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного комплекса представлений о характере текстовой деятельности рекламы и связей с общественностью, формирование навыков создания рекламных и PR-текстов.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Краткое содержание

Цели и задачи создания рекламных обращений в коммерческой сфере. Рекламная идея как основа рекламного обращения в сфере коммерческой деятельности. Понятие «рекламной идеи». Понятие рекламного образа. Понятие «рекламной идеи». Приемы и креативные техники рекламы как основы для формирования рекламной идеи. Текстовая PR-деятельность как канал эффективного взаимодействия с общественными группами в предпринимательской деятельности. Коммуникативная установка как основа коммерческого PR-текста. Основные характеристики PR-текста. PR-текст как функциональный текст в коммерческой PR-кампании.

Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов

Цель освоения дисциплины

Формирование системы представлений, знаний, умений и компетенций, обеспечивающих эффективность связей с общественностью и рекламных коммуникаций в сфере производства, торговли и финансов.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

Краткое содержание

Экономика как сфера коммуникационной активности. Сферы коммуникативного влияния и их классификация. Социально-коммуникативный механизм развития экономики. Экономическое поведение как основа коммуникации в экономической сфере. Хозяйственная организация как предмет социально-коммуникативного анализа. Ценности, нормы и установки в экономических коммуникациях. Экономическая культура. Потребительские коммуникации. Реклама и связи с общественностью в B2C-секторе экономики. Реклама и PR в профессиональных областях экономики: B2B-сектор. Оптовая торговля как сфера рекламы и PR. Реклама и связи с общественностью в розничной торговле. Сфера занятости и рынок труда как поле коммуникативной активности. Реклама и связи с общественностью на рынке труда. Рекрутинговые коммуникации.

Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере. Деньги как универсальное средство обмена и основа финансовых коммуникаций. Валютные отношения как вид коммуникации и валютная система. Инфляция. Финансовый менеджмент в системе финансовых коммуникаций. Основные формы рекламно-коммуникативной деятельности в сфере финансов. Банковская сфера как область коммуникативной активности. Кредитные отношения как вид коммуникации. Ссудный капитал и накопления как основа коммуникации в банковской сфере. Организация рекламно-коммуникативной работы в банковской сфере.

Имиджевые технологии в экономической и финансовой сфере. Имиджевые технологии и их использование в экономической сфере. Разъяснение и пропаганда как формы

коммуникации в экономической и финансовой сферах. Коммуникационное сопровождение диверсификации и поглощения компаний. Реклама и связи с общественностью в кризисные периоды развития сегментов экономической и финансовой сферы.

Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе

Цель освоения дисциплины

Формирование комплекса общетеоретических знаний и навыков, необходимых для понимания характера и специфики деятельности по разработке рекламного продукта и технологий, применяемых в процессе производства коммерческой рекламы; выработка профессионального понимания роли данного процесса в организации рекламной деятельности в коммерческом секторе.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9).

Краткое содержание

Рекламный продукт как объект производства. Рекламная кампания как разновидность рекламного продукта. Рекламные технологии в системе производства коммерческого рекламного продукта. Художественный и компьютерный дизайн в производстве коммерческого рекламного продукта. Технология производства фоторекламы коммерческого продукта. Технология производства печатной рекламы в коммерческом секторе. Технология производства радиорекламы в коммерческом секторе. Технология производства телевизионной рекламы в коммерческом секторе.

Основы трудового законодательства

Цель освоения дисциплины

Изучение основ трудового законодательства, социального партнерства, формирование юридического мышления, овладение навыками исполнять и соблюдать нормы трудового права в своей деятельности, умение на практике защищать свои законные права.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Трудовое право как отрасль российского права. Предмет и метод трудового права. Принципы трудового права. Источники трудового права. Система трудового права. Трудовые отношения: основания возникновения, стороны, основные права и обязанности сторон. Понятие социального партнерства, стороны и формы социального партнерства. Коллективные договоры и соглашения. Трудовой договор: понятие, стороны, содержание и срок действия, порядок заключения и основания прекращения действия (расторжения). Рабочее время: понятие и виды. Ночное время. Сверхурочная работа. Ненормированный рабочий день. Работа в выходные и праздничные дни. Время отдыха: понятие и виды. Выходные и праздничные дни. Отпуска, их виды, порядок предоставления. Оплата труда. Дисциплина труда. Материальная ответственность сторон трудового договора. Виды материальной ответственности работника. Охрана труда. Защита трудовых прав работников, разрешение трудовых споров. Ответственность за нарушение трудового законодательства.

Социология личности

Цель освоения дисциплины

Изучение личности в системе социальных коммуникаций и социально-правовых отношений, в контексте функционирования социальных институтов и общностей; овладение методиками и техниками социологических исследований личности и межличностного взаимодействия.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Социология личности как отрасль социального знания. Личность как предмет социологического знания. Структура личности. Личность, общество и природа. Личность с позиции теории деятельности. Типологии личности в социальной науке. Классики теории личности (З. Фрейд, А. Адлер, К.-Г. Юнг, Э. Фромм) о вопросах взаимодействия личности и общества, о глубинных внутренних аспектах жизни человека. Социализация личности. Личность как субъект семейных отношений. Семья в структуре общества. Личность в малой группе. Личность в системе социально-правовых и трудовых отношений. Социальные роли личности в системе социальной коммуникации. Межгрупповые отношения и взаимодействия. Личность в конфликтной социальной среде. Личность в контексте социальной демографии. Личностные трансформации и социальные изменения. Личность как субъект социального действия и социального взаимодействия. Личность в социальной структуре общества. Личностные аспекты социальной дихотомии культуры и цивилизации. Религиозное сознание личности. Мораль в структуре личности и общества. Личность в системе социальной стратификации. Личность как субъект социальной мобильности. Личностные трансформации в информационном обществе. Личность, научно-технический прогресс и новейшие технологии. Типологии личности. Стили жизни личности. Диагностика личностных типов в социологии личности. Структура и процесс социологического исследования личности.

Методы научных исследований

Цель освоения дисциплины

Формирование навыков создания стилистически и методологически грамотного научного текста.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Краткое содержание

Определение цели и постановка задач научного исследования. Выдвижение гипотезы. Описание предмета и объекта исследования. Структурирование научной работы. Оформление библиографического списка в соответствии с требованиями ГОСТ.

Методология написания научных работ

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о важности трансляции научного знания в социально-культурную среду и определение основных алгоритмов этого процесса.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Краткое содержание

Характеристики научного стиля речи. Основные виды научных работ. Выбор темы исследования. Определение названия и составление плана работы. Композиция научных работ. Правила оформления сносок и библиографии. Алгоритм написания научных работ (рефератов, курсовых, дипломов).

Теория и практика аргументации

Цель освоения дисциплины

Изучение теоретических основ и формирование практических навыков аргументации как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

Краткое содержание

Аргументация как способ воздействия на взгляды и поведение человека. Логическая структура аргументации. Аргументация как способ достижения истины. Превращение аргументации из средства познания в способ закрепления заблуждений. Формы аргументации. Полемика: наука и искусство.

Немедийные коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование системного понимания особенностей современных немедийных коммуникаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Теоретические аспекты BTL-коммуникаций. BTL с точки зрения маркетинговых коммуникаций. Предпосылки форматирования новых персонифицированных/адресных массовых каналов рекламных коммуникаций. ATL и BTL в комплексе маркетинговых коммуникаций. Специфика BTL-коммуникаций. Зона влияния BTL-коммуникаций. Классификация BTL-коммуникаций. Guerrilla Marketing (партизанский маркетинг). Вирусный маркетинг. Эпатажный маркетинг. Product Placement. Life Placement. Ambient Marketing. Word-of-mouth advertising Стимулирование сбыта. Потребительские и торговые промомероприятия. Программы стимулирования on- и off-line потребителей. Цели и задачи ивент-коммуникаций. Свойства, цели и методы ROAD SHOW. Планирование и реализация BTL-проектов. Этапы планирования акций по стимулированию сбыта. Влияние жизненного цикла продукта/услуги на выбор механики промособытия. Специфика деятельности BTL-агентств. Рынок BTL-услуг в России и перспективы его развития. Институциональные характеристики рынка BTL-коммуникаций. Тенденции развития рынка BTL-услуг. Ведущие зарубежные и отечественные BTL-агентства.

Деловая документация в связях с общественностью и рекламе

Цель освоения дисциплины

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления деятельности в связях с общественностью и рекламе, что предполагает изучение теоретических знаний и формирование практических навыков, освоение основных технологий документооборота как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере в связях с общественностью и рекламе.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Специфика документирования деятельности организаций в сфере связей с общественностью и рекламы. Базовые документы в связях с общественностью. Оперативные рабочие информационные документы в связях с общественностью. Имиджевые корпоративные документы. Служебные PR-документы. Подготовка речи для руководителя. Документирование рекламной деятельности. Деловая документация как элемент маркетинга и рекламы. Использование автоматизированных систем документооборота в деятельности организаций по связям с общественностью и рекламы.

Брендинг территории

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов представления о брендинге территории как современной концепции территориального управления, направленной на выработку конкурентных преимуществ местности (сообществ государств, стран, регионов, городов).

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Исторические формы продвижения территорий. Продвижение города через создание религиозного центра. Религиозный генезис городов через бренды университетов. Светская специализация городов. Формирование основ маркетингового позиционирования городов в XVI-XVIII вв. Брендинг территорий в бывшем СССР. Современные тенденции российского территориального брендинга. Брендинг как технология конструирования и позиционирования образа региона в восприятии целевых аудиторий. Стратегические

компоненты имиджа страны. Имя страны. Государственные символы. Девиз страны. Философия и миссия страны. Содержательный и коммуникативный аспекты стратегии. Географический имидж государства. Имидж, бренд и репутация города/региона. Кластерный анализ территории. Рекламирование брендов туризма и отдыха. Специфика брендов в туристической индустрии. Понимание сущности брендов туризма и отдыха. Построение брендов. Региональные особенности продвижения территорий. Особенности Нижегородского брендинга.

Регионоведение

Цель освоения дисциплины

Изучение региона как самостоятельной пространственно-географической, административно-территориальной, институционально-политической, демографической, этнической, историко-культурной величины, а также изучение основных процессов регионализации в мире и России.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Регионоведение как научная дисциплина. Процессы регионализации в мире и России. Культурологическое исследование региона. Регион как предмет социологического исследования. Региональные политические процессы. Экономическая структура и потенциал региона.

Этнология

Цель освоения дисциплины

Формирование целостного представления об этнокультурной картине мира, этногенезе, культурных различиях и социокультурных отношениях; развитие у обучаемых толерантных профессиональных морально-поведенческих доминант.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью организовать и проводить социологические исследования (ПК-10).

Краткое содержание

Этнология: предмет, объект метод. Эволюция этнологической науки. Культура и этнос в контексте этнологии. Концепции этногенеза. Интегральные критерии классификаций форм межкультурного контакта. Социокультурная интеграция. Межкультурная коммуникация. Природа этнических конфликтов. Межкультурные коммуникации во внутрикорпоративной среде. Основные

пути организации коммуникативно-интеграционного процесса. Инструментальные и ценностные факторы социокультурного развития и динамики межэтнического контакта. Этническая идентичность. Этническая культура. Этнические процессы XX и XXI веков. Язык в системе межкультурных коммуникаций. Классификация народов мира. Народы Зарубежной Европы. Народы России. Народы Азии. Народы Африки. Народы Америки. Историко-этнографическая область Австралии и Океании.

Работа в многонациональных коллективах

Цель освоения дисциплины

Усвоение студентами основных принципов работы в многонациональном коллективе и формирование культуры межнациональных коммуникаций в сфере профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью организовать и проводить социологические исследования (ПК-10).

Краткое содержание

Многонациональные коллективы: понятие и особенности. Виды многонациональных коллективов и влияние демократических и глобализационных процессов на их развитие. Современные профессиональные многонациональные коллективы: специфика профессиональной деятельности и методы управления. Роль информационных технологий в создании и работе профессиональных многонациональных коллективов. Межнациональные коммуникации в профессиональной сфере в условиях современного научно-технического прогресса и инновационной экономики. Система профессиональных коммуникаций и роль национального фактора. Профессиональные качества личности в многонациональном коллективе. Особенности профессиональной этики в многонациональном коллективе. Специфика деятельности специалистов по связям с общественностью в многонациональном коллективе.

Управление персоналом

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов теоретических основ управления персоналом в современной организации и обучение их необходимым практическим навыкам принятия управленческих решений в отношении человеческих ресурсов хозяйствующего субъекта.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Человеческие ресурсы как основной ресурс организации. Система управления персоналом организации. Технология управления развитием персонала организации. Управление поведением персонала организации. Оценка результатов деятельности персонала организации.

Репутационный менеджмент

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов теоретических основ репутационного менеджмента в современной организации и обучение их необходимым практическим навыкам принятия управленческих решений в отношении человеческих ресурсов хозяйствующего субъекта.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Эволюция репутационного менеджмента. Концептуальные основы репутационного менеджмента. Управление репутациями. Механизмы репутационного менеджмента. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий. Прикладные технологии репутационного менеджмента. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации. Репутация персонала в комплексе репутационных составляющих организации.

Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование теоретических знаний по основам выставочной деятельности и практических навыков применения выставочных инструментов.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и саморазвития (ОК-7);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

Краткое содержание

Предмет и основные понятия выставочного дела. История выставок и выставочного дела. Подготовка и проведения выставочных мероприятий. Требования к выставочному менеджеру. Выставка как один из элементов рекламной деятельности. Управление выставочной деятельностью фирмы.

Правовое регулирование рекламной деятельности

Цель освоения дисциплины

Формирование системы знаний в области правового регулирования рекламной деятельности, навыков и умений применять нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

Краткое содержание

Понятие рекламного права. Понятие и виды рекламной информации. Правоотношения в сфере рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламы в СМИ. Правовое регулирование наружной рекламы и рекламы на транспортных средствах. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности. Саморегулирование в сфере рекламной деятельности. Правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ и услуг

участников экономических отношений. Юридическая ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Споры в сфере рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности в международном праве.

Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях

Цель освоения дисциплины

Формирование у студента знаний о специфике рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях, механизмах и закономерностях функционирования и развития рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях, а также умений использовать теоретические знания в практике профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве (ПК-15).

Краткое содержание

Паблик рилейшнз в некоммерческих организациях – история, основные цели и задачи в современных условиях. Организационные основы паблик рилейшнз в некоммерческих организациях. Технологии PR-деятельности в некоммерческом секторе: общая характеристика средств PR, виды информационных материалов, правила подготовки специальных событий. Средства массовой информации и организация связей с ними в некоммерческих организациях. Реклама в некоммерческой сфере и ее роль в системе массовых коммуникаций. Организация и управление рекламной деятельностью в некоммерческих организациях. Инструментарий рекламного воздействия в некоммерческом секторе. Социальная реклама. Психология рекламы в некоммерческом секторе. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности в СМИ.

Социальный маркетинг

Цель освоения дисциплины

Изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве (ПК-15).

Краткое содержание

Методы исследования социальной сферы. Планирование маркетинга в социальной сфере. Разработка комплекса социального маркетинга. Социальные инновации. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге. Социальная компетентность и ответственность. Социальная сфера как объект маркетинга и деловой партнер бизнеса. Характеристика рынков и маркетинга в социальной сфере. Стратегии и концепции социального маркетинга. Некоммерческий маркетинг. Управление маркетингом в социальной сфере. Особенности социальной политики российского государства.

Основы деловой корреспонденции (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Обучение студентов письменному общению на английском языке в различных сферах и ситуациях, с учетом адресата и взаимодействия партнеров, на основе планируемого коммуникативного намерения, с учетом перспектив использования иностранного (английского) языка в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Неформальное письмо. Письмо другу. Письмо-приглашение. Клише частной и деловой переписки. Аббревиатуры в деловой переписке. Правила составления планов-конспектов. Структура делового письма. Сопроводительное письмо. Резюме. Письмо-запрос и ответ на него. Письмо-жалоба и ответ на него. Благодарственное письмо.

Развитие навыков устного делового общения (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Формирование навыков и умений устной речи в ситуациях делового общения с учетом перспектив использования иностранного (английского) языка в профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Призвание и выбор профессии. Личные и профессиональные качества. Условия работы. Карьера. Проблемы поиска работы.

Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Углубленное изучение особенностей употребления лексических и грамматических форм в языке рекламных объявлений, а также формирование навыков составления рекламных материалов на английском языке.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Краткое содержание

Изучение языка рекламы включает рассмотрение лексических и грамматических особенностей рекламных объявлений в СМИ.

Совершенствование навыков орфографии (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Углубленное изучение правил орфографии английского языка, а также формирование навыков правописания английских слов.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

Краткое содержание

Орфографические правила написания форм словоизменения. Орфографические правила написания форм словообразования.

Деловые переговоры (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК), навыков общения в сфере бизнеса с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка. Составляющими ИКК являются общая, лингвистическая, прагматическая и межкультурная компетенции.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Письма, факсы и служебные записки; телефонный разговор; импорт и экспорт; встречи; новая работа; работа с людьми; доклады и аннотации; стратегия и тактика ведения деловых переговоров; основные принципы деловой культуры Великобритании и США; виды текстов переговорного процесса; социокультурный ареал общения на английском языке.

Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов 3 курса иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК), навыков общения в сфере бизнеса с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка. Составляющими ИКК являются общая, лингвистическая, прагматическая и межкультурная компетенции.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

Краткое содержание

Корпоративная культура. Работа с клиентом. Клиентская поддержка. Сделки. Переговоры. Слияние и приобретение компаний. Реклама. Искусство маркетинга и продаж. Продукция и упаковка. Международная торговля.

Основы предпринимательской деятельности

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов экономического образа мышления, обеспечивающего осознанное понимание сущности экономических процессов, являющихся результатом развития предпринимательской деятельности в стране (регионе), освоение студентами теоретических положений предпринимательства и овладение инструментарием бизнеса.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Сущность предпринимательства. Цели предпринимательства. Предпринимательский тип экономической системы рыночной системы хозяйствования. Механизм образования предпринимательских структур. Субъекты предпринимательства. Объекты предпринимательства. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Основные средства воздействия предпринимателя на потребителя. Условия развития предпринимательства. Внутренняя и внешняя предпринимательская среда. Сущность предпринимательской среды. Конкуренция и предпринимательская среда. Характеристика внешней предпринимательской среды. Характеристика внутренней предпринимательской среды. Эффективная предпринимательская среда. Предпринимательство и экономическая свобода. Виды предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательства. Виды предпринимательской деятельности. Инновационное предпринимательство. Основные аспекты развития внутрифирменного предпринимательства. Оценка эффективности внутрифирменного предпринимательства. Малое предпринимательство на современном этапе. Место и роль малого предпринимательства в обществе. Сущность и критерии определения субъектов малого предпринимательства. Малое предпринимательство в странах с развитой рыночной экономикой. Состояние малого предпринимательства в экономике России. Проблемы развития малого предпринимательства. Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности. Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности. Варианты организации предпринимательской структуры. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей.

Основы коммерции

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов экономического образа мышления, обеспечивающего осознанное понимание сущности экономических процессов, являющихся результатом развития предпринимательской деятельности в стране (регионе), освоение студентами теоретических положений предпринимательства и овладение инструментарием бизнеса.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Коммерция – это деятельность на рынке факторов производства, где предприятие выступает сначала как покупатель, и на рынке производимых предприятием товаров, где оно выступает как продавец. Вся деятельность предприятия на рынках определяет область коммерческой деятельности, цель которой – получение прибыли. Коммерческая деятельность – это деятельность самостоятельная. Коммерческая деятельность предприятий дифференцируется: 1) по объекту купли-продажи (факторы производства, необходимые для осуществления производственного процесса; произведенные товары и созданные технологии; свободные производственные активы; свободные денежные средства и бумажные активы); 2) по роли, которую играет предприятие процессе купли-продажи (в одних случаях оно выступает как покупатель, в других – как продавец); 3) по характеру изменения права собственности (право собственности переходит другому лицу – продажа, покупка; право собственности не переходит другому лицу – аренда, лизинг); 4) по характеру выгоды в результате сделки: непосредственное получение прибыли (реализация изготовленных товаров и разработанных технологий, выполнение работ и оказание услуг), создание условий для получения прибыли в будущем (приобретение факторов производства), снижение издержек производства (продажа и сдача в аренду свободных активов), капитализация свободных средств (инвестирование в ценные бумаги).

Консалтинг в коммерческой сфере

Цель освоения дисциплины

Формирование общетеоретических представлений о характере и специфике консалтинга в коммерческой сфере, раскрытие методологических основ консалтинговой рекламной и PR-деятельности, определение места консалтинга как сферы коммуникативной активности в социально-экономических процессах современного мира.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

История и методологические основы консалтинга. Модели коммерческого консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-экономических процессов в консалтинге. Роль стратегического управления в консалтинге. Планирование и организация рекламных PR-кампаний в консалтинговой деятельности. Технологии создания имиджа коммерческой организации. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе консалтинга.

Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях

Цель освоения дисциплины

Развитие общетеоретических представлений о характере и специфике управленческого консультирования в коммерческой сфере, раскрытие методологических основ консалтинговой рекламной и PR-деятельности, определение места консалтинга как сферы коммуникативной активности в коммерческой сфере.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

Краткое содержание

Методологические основы управленческого консалтинга. Модели коммерческого консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-экономических процессов в консалтинге. Роль стратегического управления в консалтинге. Планирование и организация рекламных PR-кампаний в консалтинговой деятельности. Технологии создания имиджа коммерческой организации. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе управленческого консультирования.

Общая физическая подготовка

Цель освоения дисциплины

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Краткое содержание

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности. Практический курс предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством доступных видов спорта, не требующих дополнительных физических и материальных затрат. Развитие физических и формирование психических качеств для возможности решать стандартные задачи в дальнейшей профессиональной деятельности.

Игровые виды спорта

Цель освоения дисциплины

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Краткое содержание

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности. Практический курс предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством, игровых видов спорта, предусмотренных программой. Развитие физических качеств и формирование психических качеств с учетом особенностей выбранного игрового вида спорта.

Атлетическая гимнастика

Цель освоения дисциплины

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Краткое содержание

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности. Практический курс предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством системы методов, позволяющих с помощью упражнений силового характера целенаправленно воздействовать на формирование пропорций тела, укрепления мускулатуры, развития силы. Развитие физических качеств и формирование психических качеств с учетом особенностей атлетической гимнастики.

Корригирующая гимнастика

Цель освоения дисциплины

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Краткое содержание

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности. Практический курс предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей студентов, по состоянию здоровья относящихся к специальной медицинской группе. Развитие физических качеств, предусмотренных программой корригирующей гимнастики. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания.

Туризм

Цель освоения дисциплины

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

Краткое содержание

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности. Практический курс предусматривает обучение технике и тактике спортивного туризма и развитие физических способностей посредством участия студентов в спортивных пешеходных походах, а также систематических занятий по ОФП. Развитие выносливости, навыков ориентирования на местности. Формирование психических качеств в процессе практического курса.

Факультативы

Русский язык как иностранный

Цель освоения дисциплины

Формирование коммуникативной компетенции студента, обеспечивающей возможность осуществлять учебную деятельность на русском языке в рамках уровня Б1.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина является факультативом. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

Краткое содержание

Формирование и совершенствование лексико-грамматических навыков в сфере владения русским языком в соответствии с требованиями, предъявляемыми к владению русским языком как иностранным в рамках уровня Б1. Части речи современного русского языка, предложно-падежная система и основные значения падежей (на функциональной основе); видовременная система глагола, глагольные формы; простые, осложненные и сложные предложения с союзной связью; типы предложения по цели высказывания. Формирование навыков аудирования монологической и диалогической речи в соответствии с требованиями, предъявляемыми к владению русским языком как иностранным в рамках уровня Б1. Аудирование текстов социокультурной сферы и сферы повседневного общения с разными целями (с общим охватом содержания, поисковое, аналитическое). Аудирование текстов общенаучной сферы общения (фрагмент видеолекции, научно-популярное сообщение (доклад), видеозапись интервью с ученым на общенаучную проблематику).

Формирование навыков продуктивных видов речевой деятельности (говорение и письмо) в соответствии с требованиями, предъявляемыми к владению русским языком как иностранным в рамках уровня Б1. Формирование навыков говорения в официальной сфере общения с соблюдением норм русского речевого этикета. Написание текстов отдельных жанров официально-делового стиля: заявление, резюме, служебная записка. Формирование навыков чтения разной направленности (поисковое, с общим охватом содержания, аналитическое, ознакомительное) социокультурной сферы общения: тексты публицистического и общенаучного стилей, минимально адаптированные и неадаптированные художественные тексты.

Второй иностранный язык

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов на основе комплексного подхода речевых умений (говорение, чтение, аудирование, письмо), необходимых для осуществления иноязычной коммуникативной деятельности в наиболее распространенных повседневных ситуациях в условиях межкультурного общения.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

Краткое содержание

Освоение базовой грамматики второго иностранного языка на основе разговорных тем.

Русский язык в социокультурном аспекте (факультатив)

Цель освоения дисциплины

Формирование социокультурной компетенции студента, обеспечивающей возможность осуществлять коммуникацию на русском языке в социокультурной сфере деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина является факультативом. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

Краткое содержание

Формирование речевой компетенции в официальной и неофициальной сферах общения (повседневная бытовая и социокультурная коммуникация, коммуникация деловая, академическая, публичная). Владение языковым материалом, достаточным для общения бытовой, социокультурной, деловой, академической, публичной направленности. Формирование дискурсивной компетенции как умения конструировать тексты разных типов, продуцировать и интерпретировать тексты в зависимости от ситуации (повседневная бытовая и социокультурная коммуникация, коммуникация деловая, академическая, публичная). Формирование социолингвистической компетенции как способности адекватно

использовать языковые единицы, модели речевого этикета в соответствии с ситуациями официального и неофициального общения. Формирование социокультурной компетенции как комплекса знаний, умений и навыков лингвострановедческого, страноведческого, социолингвистического и общекультурного характера. Развитие умения формулировать на русском языке собственное высказывание с опорой на знание русского этикета и особенностей русского коммуникативного поведения и с использованием аргументации, апеллирующей к русской действительности. Развитие навыков организации и продуцирования связного устного или письменного текста в соответствии с социокультурной ситуацией. Развитие умений читать и понимать общий смысл публицистических текстов.

Коррупция: причины, проявление, противодействие

Цель освоения дисциплины

Изучение студентами нормативно-правовой и инструментальной системы противодействия коррупции в России на государственном и общественном уровне.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

Краткое содержание

Сущность коррупции как общественно-политического явления в России. Проявления коррупции в различных слоях и структурах жизни российского общества. Анализ причин возникновения коррупции; изучение механизмов возникновения коррупционных связей и системы противодействия коррупции на государственном уровне в России. Исследование механизмов противодействия коррупции на всех уровнях власти.

4.4. Аннотации программ практик обучающихся

(см. Приложение, с. 79)

5. Фактическое ресурсное обеспечение основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата)

Фактическое ресурсное обеспечение данной ОПОП формируется на основе требований к условиям реализации основных профессиональных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Реализация ОПОП по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается квалифицированными научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины.

В соответствии с профилем данной ОПОП выпускающей кафедрой являются кафедра философии, социологии и теории социальной коммуникации. Доля преподавателей с учеными степенями и званиями на кафедре составляет 100%, в т.ч. докторов наук, профессоров – 33%, кандидатов наук, доцентов – 40%, кандидатов наук без ученой степени – 27%.

Освоение данной ОПОП полностью обеспечено учебниками и учебными пособиями по дисциплинам (модулям) базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)»,

учебной и производственной практик, в том числе преддипломной практики Блока 2 «Практики». В соответствии с требованиями ФГОС ВО для освоения ОПОП библиотечные фонды НГЛУ укомплектованы печатными и электронными изданиями основной учебной, учебно-методической литературы на русском и иностранных языках по дисциплинам базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)», изданными за последние 5 лет – для основной литературы, и 5 лет – для дополнительной литературы. Общее количество экземпляров учебно-методической литературы в библиотеке НГЛУ составляет более 410 тыс.

В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Библиотека университета работает в сетевой автоматизированной информационно-библиотечной системе «МАРК-SQL», все отделы библиотеки подключены в локальную библиотечную сеть, автоматизированы и реализованы на практике технологические процессы, связанные с комплектованием, учетом, научной и технической обработкой документов, информационным и библиотечным обслуживанием читателей. Все фонды библиотеки отражены в Электронном каталоге (ЭК). Доступ к базе данных книг и статей возможен не только из локальной сети библиотеки, но и с любого другого компьютера через Internet по адресам <http://www.lunn.ru> (сайт университета) с выходом на домашнюю страницу библиотеки или напрямую по <http://lib.lunn.ru>.

Каждый обучающийся имеет возможность круглосуточного индивидуального доступа к электронно-библиотечной системе (ЭБС) «Университетская библиотека онлайн» из любой точки, подключенной к сети Интернет.

Обучающиеся могут пользоваться фондами библиотеки в 4 читальных залах с хорошим техническим оснащением, кабинетах, центрах или получать литературу на абонементах для работы дома. Для более полного удовлетворения читательских запросов в получении информации с компьютеров читальных залов сделан свободный безлимитный выход в Internet и создана электронная библиотека с доступом к электронным фондам и сетевым источникам информации университета и информационным ресурсам других библиотек (электронные учебники, полнотекстовые базы данных, электронные версии журналов, мультимедийные ресурсы, ресурсы с тестовым доступом и др.).

Содержание образовательных программ ориентировано на лучшие отечественные и зарубежные аналоги.

В распоряжении обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» имеются: компьютерные классы, подключенный к сети Интернет, демонстрационный зал для просмотра видеофильмов.

Студенты имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами.

Материально-техническое обеспечение учебного процесса предусматривает проведение всех видов практической и научно-исследовательской работы студентов в соответствии с утвержденным учебным планом.

6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников

В НГЛУ сформирована благоприятная социокультурная среда, обеспечивающая эффективное развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников, способствующая укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств и развитию личности обучающихся.

Модель социально-культурной среды НГЛУ строится на гармоничном интегрировании внеучебной работы в образовательный процесс и комплексном подходе к организации внеучебной работы.

Неотъемлемой частью ОПОП является план воспитательной работы на цикл обучения, реализация которого позволяет эффективно осуществлять последовательное формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций у студентов в период освоения ОПОП соответствующего направления подготовки в общем контексте социальной и воспитательной работы НГЛУ.

Теоретическое и нормативно-правовое обоснование воспитательной деятельности, а также основные аспекты социокультурной среды вуза отражены в «Концепции воспитания обучающихся в Нижегородском государственном лингвистическом университете им. Н.А. Добролюбова» (2014 г.), нацеленной на формирование конкурентоспособной личности выпускника Университета, обладающего должным уровнем профессиональной и общекультурной компетентности, комплексом профессионально значимых качеств личности, сложившей социально-ориентированной жизненной позицией и системой социальных, культурных и профессиональных ценностей, позволяющих ему эффективно заниматься профессиональной деятельностью, постоянно совершенствоваться и осваивать новые области знания.

В целях создания благоприятных социальных условий для полной самореализации обучающихся, их максимальной удовлетворенностью образовательным процессом, в НГЛУ ведется активная работа по обеспечению социальной защиты и поддержки участников образовательного процесса, развитию экономических стимулов и системы совершенствования качества образования. Реализуются проектные технологии развивающего, творческого и социального характера. В рамках учебного и внеучебного процесса активно проводится воспитательная работа с обучающимися по различным направлениям (становление духовно-нравственной и корпоративной культуры; гражданско-патриотическое воспитание; правовое воспитание; физическое воспитание; формирование здорового образа жизни; профессионально-трудовое воспитание; содействие трудоустройству студентов и выпускников; развитие творческих способностей; развитие социальной активности; развитие конкурентоспособности обучающихся). Непрерывно осуществляется повышение квалификации всех субъектов системы воспитательной работы НГЛУ.

В НГЛУ созданы условия для формирования компетенций социального взаимодействия, гражданского самосознания, активной жизненной позиции. Активно работает студенческое самоуправление (студенческий профком, студенческий совет), Координационный совет органов студенческого самоуправления, объединяющий представителей всех студенческих объединений НГЛУ и самостоятельно решающий многие вопросы, связанные с организацией образовательного процесса, досуга молодежи, трудоустройства, творческого самовыражения, межвузовского обмена, быта студентов. Студенческие лидеры проводят активную работу по организации студенческих культурно-массовых и спортивных мероприятий, участвуют в работе различных совещательных органов вуза, представляют университет в органах студенческого самоуправления на уровне города и области, в Молодежном парламенте Нижегородской области, являются организаторами и участниками Школ студенческого актива и других студенческих форумов различных уровней.

Для углубления практической направленности образовательного процесса реализуется комплексная программа взаимодействия с работодателями, широко практикуется участие студентов НГЛУ в качестве волонтеров в масштабных социально значимых мероприятиях профильной направленности на уровне города, области, региона, страны. Активно развивается деятельность студенческих трудовых отрядов.

В НГЛУ большое внимание уделяется развитию научно-исследовательской деятельности студентов как основному источнику формирования профессиональных компетенций продвинутого и высокого уровней. Работает СНО, студенты активно вовлекаются в работу научно-исследовательских групп и научных кружков на факультетах и кафедрах, участвуют в работе научно-практических конференций различных уровней, публикуются в сборниках научных трудов. В университете развита система профильных конкурсов и предметных олимпиад. Эффективно работает комплексная программа

выявления и поддержки талантливой молодежи. Студенты активно участвуют в соревновательных мероприятиях профильной направленности различных уровней, показывая самые высокие результаты.

В НГЛУ создана благоприятная культурная среда, способствующая развитию культурно-творческого потенциала обучающихся. В университете успешно работают творческие студенческие коллективы, многие из которых существуют более 20 лет и отмечены самыми престижными наградами различных уровней: Народный коллектив России, Академический хор им. Н.А. Добролюбова; Фольклорно-этнографический ансамбль «Синий лён», Театральная студия «ЛГУН», Вокально-инструментальный ансамбль «Next time», Клуб культурного возрождения «Феникс», Студенческий пресс-центр. Студенческие творческие объединения принимают активное участие в культурной жизни вуза и являются организаторами многих культурно-массовых мероприятий и конкурсов для студентов НГЛУ, активно вовлекают в работу творческих коллективов первокурсников.

Большое внимание уделяется в НГЛУ развитию физической культуры и спорта и популяризации здорового образа жизни в студенческой среде. В вузе постоянно действуют студенческие спортивные секции по многим видам спорта, проводится большой комплекс спортивно-оздоровительных и профилактических мероприятий. В течение многих лет в тесном взаимодействии со спортивными обществами областного и регионального уровней работают студенческий спортивный клуб, студенческий туристический клуб и клуб спортивных волонтеров.

НГЛУ постоянно изыскивает возможности для создания открытой образовательной среды и взаимодействия с социальными партнерами. Среди постоянных партнеров вуза – российские и зарубежные образовательные и культурные организации, муниципальные и государственные органы власти, некоммерческие организации. Практика социального партнерства является значимым ресурсом НГЛУ в реализации Концепции воспитательной работы.

Особая роль в развитии социокультурной среды вуза придается системе информирования студентов о результатах учебно-воспитательного процесса. Информация о проводимых в НГЛУ внеаудиторных мероприятиях, работе органов студенческого самоуправления и студенческих творческих коллективов представляется на официальном сайте, информационных досках НГЛУ, сообщается в вузовских СМИ – студенческих газетах, телевидении и радио.

На официальном сайте вуза организована виртуальная приемная ректора в рубрике «Задай вопрос ректору», что обеспечивает гласность и прозрачность управления образовательным процессом, а также создание «открытого диалога» между администрацией вуза и студенческой молодежью.

Участие администрации, профессорско-преподавательского состава и студентов как равноправных субъектов в управлении социокультурным воспитательным пространством НГЛУ в максимальной степени способствует развитию социальной активности студентов и преподавателей, формирует гражданственность, ответственность и приводит к оптимальным результатам личностного становления обучающихся и формирования их общекультурных компетенций.

7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере))

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере) оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Система оценок при проведении промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность ее проведения указываются в Уставе высшего учебного заведения.

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся утверждается Ученым советом НГЛУ.

Студенты НГЛУ при промежуточной аттестации сдают не более 10 форм контроля (экзаменов и зачетов) в одном семестре. В указанное число не входят зачеты по факультативным дисциплинам и элективным дисциплинам по физической подготовке и спорту.

Студентам, участвующим в программах двустороннего и многостороннего обмена, могут перезачитываться дисциплины, изученные ими в другом высшем учебном заведении, в том числе зарубежном, в порядке, определяемом Ученым Советом НГЛУ.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей ОПОП университет создал и утвердил фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

На основе требований ФГОС ВО и рекомендаций Примерной основной профессиональной образовательной программы по соответствующему направлению подготовки разработаны:

- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплинам (модулям) ОПОП (заданий для контрольных работ, вопросов для коллоквиумов, тематики докладов, эссе, рефератов и т.п.);

- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) ОПОП (в форме зачетов, экзаменов, курсовых работ / проектов и т.п.) и практикам);

- пособие по методическому обеспечению педагогического мониторинга качества образования в вузе.

7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Общие положения

1. В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» освоение образовательных программ высшего образования в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (далее - НГЛУ) завершается обязательной государственной итоговой аттестацией выпускников, обучающихся по всем формам получения высшего образования и успешно освоивших основную образовательную программу (ОПОП) высшего образования.

2. Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и ОПОП, разработанной вузом на его основе.

3. К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав государственной итоговой аттестации, допускается студент, успешно и в полном объеме завершивший освоение ОПОП, разработанной вузом в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

4. К видам итоговых аттестационных испытаний в составе итоговой аттестации выпускников по образовательной программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере), относятся:

- государственный экзамен;
- защита выпускной квалификационной работы.

5. Конкретный перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний и их содержание определяется вузом с учетом требований ФГОС ВО.

6. Программы итоговых экзаменов (по отдельным дисциплинам, итоговый экзамен и т.п.) и методические рекомендации по подготовке и защите выпускных квалификационных работ критерии их оценки утверждаются ректором вуза.

7. Итоговые аттестационные испытания, входящие в перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний, не могут быть заменены оценкой качества освоения образовательных программ путем осуществления текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студента.

8. В случае успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в государственную итоговую аттестацию, выпускнику НГЛУ присваивается степень «бакалавр» и выдается документ об образовании и квалификации, образец которого установлен Министерством образования и науки Российской Федерации.

АННОТАЦИИ ПРОГРАММ ПРАКТИК ОБУЧАЮЩИХСЯ

I. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Данная Программа разработана в соответствии с Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ с изменениями и дополнениями, Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301, Трудовым кодексом Российской Федерации, Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27.11.15 г. № 1383, Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. №997, профессиональным стандартом «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н, профессиональным стандартом «Специалист по информационным ресурсам», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н, с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Практика обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки бакалавров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВО.

Программа практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью определяет объем и содержание каждого вида практики в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом НГЛУ и утверждается первым проректором.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой.

ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусмотрены следующие виды практик:

- учебная,
- производственная, в т.ч. преддипломная.

II. УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

(ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. Цель учебной практики

Формирование и закрепление у студентов знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, информационно-технологическая.

2. Задачи учебной практики

Формирование у будущих специалистов в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) готовности к осуществлению следующих видов деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая и информационно-технологическая.

Организационно-управленческие задачи:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

Задачи проектного характера:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

Задачи коммуникационного характера:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

Рекламно-информационные задачи:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Рыночно-исследовательские и прогнозно-аналитические задачи:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

Информационно-технологические задачи:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

3. Способ и формы проведения практики

Способы проведения учебной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен овладеть следующими практическими навыками, умениями, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

5. Место учебной практики в структуре ОПОП

Учебная практика (Б.2 «Практика») относится к обязательной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

Учебная практика сочетается с курсами базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП.

«Входные» знания обеспечиваются посредством изучения дисциплин: Русский язык и культура речи, Иностранный язык, Психология, Экономика, Этика и психология делового общения, Безопасность жизнедеятельности.

Теоретические дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее: Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе, Правовое регулирование рекламной деятельности, Основы предпринимательской деятельности / Основы коммерции, Консалтинг в коммерческой сфере / Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях, Производственная практика.

6. Объем учебной практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость учебной практики составляет 9 зачетных единиц.

Из них – 3 зачетных единицы – на 1 курсе, 6 зачетных единицы – на 2 курсе:

– учебная практика (1 курс) – 2 недели, 2 семестр;

– учебная практика (2 курс) – 4 недели, 4 семестр.

7. Содержание и порядок прохождения учебной практики

2-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; - общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.

6	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; - изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планов, имеющихся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

4-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы;

		- общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; - изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

III. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

1. Цель производственной практики

Целью производственной практики является получение студентами профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, информационно-технологическая.

2. Задачи производственной практики

Формирование у будущих специалистов в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) готовности к осуществлению следующих видов деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая и информационно-технологическая.

Организационно-управленческие задачи:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

Задачи проектного характера:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

Задачи коммуникационного характера:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

Рекламно-информационные задачи:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

Рыночно-исследовательские и прогнозно-аналитические задачи:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

Информационно-технологические задачи:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

3. Способ и формы проведения производственной практики

Способы проведения производственной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен овладеть следующими профессиональными компетенциями:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

5. Место производственной практики в структуре ОПОП

Производственная практика относится к обязательной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

Основной дисциплиной, формирующей учебную базу для практики, является «Теория и практика рекламы и связей с общественностью».

Производственная практика сочетается с курсами базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)»: Экономика, Социология, Основы менеджмента, Брендинг, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью и др.

«Входные» знания обеспечиваются посредством изучения дисциплин: Психология, Экономика, Этика и психология делового общения, Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Основы маркетинга, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

Теоретические дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее: Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов, Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе, Правовое регулирование рекламной деятельности / Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью, Консалтинг в коммерческой сфере / Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях, Теория и практика массовой информации.

6. Объем производственной практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость производственной практики составляет 21 зачетную единицу, из них:

- производственная практика 3 курса, 6 семестр: 6 недель, зачетных единиц;
- производственная практика 4 курса, 7 семестр: 8 недель, 12 зачетных единиц.

7. Содержание и порядок прохождения производственной практики

6-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2.	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; - общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6.	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием;

		- изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

7 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2.	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; - общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.

5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6.	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; - изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	Анализ компетенций, приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

IV. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ РАБОТА)

1. Цель производственной практики

Целью практики является подготовка ВКР.

2. Задачи производственной практики

Задачами практики являются:

- определение предмета и методов исследования;
- сбор материала по теме исследования;
- обзор теоретической литературы по теме исследования;

- подготовка плана исследования: формулирование цели исследования, постановка исследовательских задач;

3. Способ и формы проведения производственной практики

Способы проведения производственной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими практическими навыками, умениями, общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

5. Место производственной практики в структуре ОПОП бакалавриата

Производственная практика относится к обязательной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

6. Объем производственной практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетных единицы.

Продолжительность производственной практики – 2 недели (8 семестр).

7. Содержание и порядок прохождения производственной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды НИР
1.	Подготовительный	Определение предмета и методов исследования. Сбор материала по теме исследования.
2.	Основной	Обзор теоретической литературы по теме исследования.
3.	Заключительный	Подготовка плана исследования: формулирование цели исследования, постановка исследовательских задач.

V. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПРЕДДИПЛОМНАЯ)

1. Цель производственной практики (преддипломной)

Совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление ее результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

2. Задачи производственной практики (преддипломной)

Задачами практики являются:

- уточнение методологического аппарата ВКР;
- окончательное формулирование рабочей гипотезы исследования;
- подготовка и окончательная обработка материалов исследования;
- уточнение библиографического списка и его оформление по ГОСТу;
- посещение установочных занятий и консультаций научных руководителей;
- подготовка текста выступления, иллюстративного и раздаточного материала для защиты ВКР.

3. Способ и формы проведения производственной практики (преддипломной)

Способы проведения производственной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики (преддипломной)

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими навыками, умениями и компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей

деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

информационно-технологическая деятельность:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

5. Место производственной практики (преддипломной) в структуре ОПОП

Производственная практика (преддипломная) в соответствии с ФГОС ВО является обязательным разделом ОПОП бакалавриата и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

6. Объем производственной практики (преддипломной) и ее продолжительность

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы (2 недели, 8 семестр).

7. Содержание и порядок прохождения преддипломной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Изучение методических рекомендаций по написанию ВКР. Встреча с научным руководителем по ВКР.
2.	Основной этап	Оформление библиографического списка. Уточнение методологического аппарата исследования. Уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения. Коррекция общего текста ВКР. Подготовка презентации по тексту ВКР.
3.	Заключительный этап	Подготовка речи для выступления на защите. Сдача текста ВКР в ГЭК.

Разработчики ОПОП:

Профессорско-преподавательский состав выпускающей кафедры философии, социологии и теории социальной коммуникации под руководством заведующего кафедрой кандидата юридических наук, доцента Никитина А.В.

Профессорско-преподавательский состав кафедр, обеспечивающих преподавание дисциплин ОПОП по данному направлению.

Научно-методическая комиссия вуза по данному направлению.

Работодатели, принимающие участие в реализации ОПОП (чтение дисциплин вариативного части Блока 1 «Дисциплины (модули)», руководство производственной практикой, участие в работе Государственной экзаменационной комиссии):

- Стешов С.В., директор департамента по взаимодействию с предпринимательским сообществом Торгово-промышленной палаты Нижегородской области;

- Алехин А.В., директор департамента по развитию туризма и народно-художественных промыслов Правительства Нижегородской области.

Согласовано с первым проректором кандидатом филологических наук доцентом Наумовой Е.В.