

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Нижегородский государственный лингвистический университет
им. Н.А. Добролюбова»

УТВЕРЖДАЮ:

Врио ректора
Ж.В. Никонова

«20» *июня* 2019 г.

Номер
внутриузовской регистрации
протокол Ученого совета

№ 14 от 20.06.19



**Основная профессиональная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки

42.03.01 – РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) подготовки

**Реклама и связи с общественностью в системе
государственного и муниципального управления**

(Английский язык)

Квалификация (степень)

БАКАЛАВР

Форма обучения

Очная / очно-заочная / заочная

г. Нижний Новгород

2019 год

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы	3
1.2. Нормативные документы	3
1.3. Перечень сокращений, используемый в тексте основной профессиональной образовательной программы	4
Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ	4
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников	4
2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования	5
2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам)	5
Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	8
3.1. Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы	8
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы	8
3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы	8
3.4. Формы обучения	8
3.5. Срок получения образования	8
Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	9
4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы	9
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	9
4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	12
4.2. Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	13
Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	17
5.1. Требования к структуре основной профессиональной образовательной программы	17
5.2. Типы практик	18
5.3. Примерный учебный план и примерный календарный учебный график	19
5.4. Аннотации программ дисциплин (модулей)	39
5.5. Аннотация программы практик	76
5.6. Характеристика фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	80
5.7. Государственная итоговая аттестация выпускников основной профессиональной образовательной программы	81
Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ	82
Раздел 7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	84

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП) является комплексным методическим документом, разработанным и утвержденным Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (далее – НГЛУ) на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления) с учетом профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускников.

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты обучения, условия и технологии реализации образовательного процесса и включает в себя: примерный учебный план для направления подготовки, рабочие программы дисциплин (модулей) и практик и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

1.2. Нормативные документы

Нормативную правовую базу разработки ОПОП составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с изменениями 2015-2016 года;

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512 (далее - ФГОС ВО);

- 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 России от 29 июня 2015 г. № 636; приказом Минобрнауки России 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» (новая редакция), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2018 г. № 1166;
- Локальные нормативно-правовые акты НГЛУ, касающиеся организации образовательной деятельности;
- 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).

1.3. Перечень сокращений, используемых в тексте основной профессиональной образовательной программы

- ОПОП – основная профессиональная образовательная программа
- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ОПК – общепрофессиональные компетенции
- ПК – профессиональные компетенции
- ПООП – примерная основная образовательная программа
- ЕКС - единый квалификационный справочник
- ПС – профессиональный стандарт
- УК – универсальные компетенции
- ТФ - трудовая функция
- ГИА - государственная итоговая аттестация
- ВКР - выпускная квалификационная работа
- ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ФУМО – федеральное учебно-методическое объединение
- з.е. – зачетная единица

Раздел 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

- 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии;
- 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- проектный;
- технологический;
- организационный;
- социально-просветительский;
- авторский;
- редакторский;
- маркетинговый.

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

- текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

Таблица 2.1

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование профессионального стандарта
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	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. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)
2.	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г.)

2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников (по типам):

Таблица 2.2

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой

			информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	социально-просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	редакторский	Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
11 Средства массовой информации, издательство и	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным

полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)		(или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	технологический	Участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	социально-просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	редакторский	Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами,	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и

		форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

Раздел 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

3.1. Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (уровень бакалавриата), реализуемая вузом по направлению подготовки по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления).

3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам основной профессиональной образовательной программы

Выпускникам образовательных программ присваивается квалификация – Бакалавр.

3.3. Объем основной профессиональной образовательной программы

Объем программы составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, реализации программы по индивидуальному учебному плану.

Величина зачетной единицы (1 з. е.), установленная НГЛУ, равна 27 астрономическим часам, или 36 академическим часам.

Объем программы, реализуемый за один учебный год, составляет не более 70 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы с использованием сетевой формы, реализации программы по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 80 з.е.

В объем (годовой объем) образовательной программы не включаются факультативные дисциплины (модули).

3.4. Формы обучения

Очная, очно-заочная, заочная.

3.5. Срок получения образования

Очная форма обучения - 4 года;
очно-заочная форма обучения - 4 года 6 месяцев;
заочная форма обучения - 4 года 6 месяцев.

Раздел 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Требования к планируемым результатам освоения основной профессиональной образовательной программы

В результате освоения основной профессиональной образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.1

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p>УК-1.1. Знает методы критического анализа и оценки современных научных достижений; методы критического анализа; основные принципы критического анализа.</p> <p>УК-1.2. Умеет: получать новые знания на основе анализа, синтеза и др.; собирать данные по сложным научным проблемам, относящимся к профессиональной области; осуществлять поиск информации и решений на основе действий, эксперимента и опыта.</p> <p>УК-1.3. Владеет: исследованием проблемы профессиональной деятельности с применением анализа; синтеза и других методов интеллектуальной деятельности; выявлением научных проблем и использованием адекватных методов для их решения; демонстрацией оценочных суждений в решении проблемных профессиональных ситуаций</p>
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	<p>УК-2.1. Знает: методы представления и описания результатов проектной деятельности; методы, критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта; принципы, методы и требования, предъявляемые к проектной работе.</p> <p>УК-2.2. Умеет: обосновывать практическую и теоретическую значимость полученных результатов; проверять и анализировать проектную документацию; прогнозировать развитие процессов в проектной профессиональной области; выдвигать инновационные идеи и нестандартные подходы к их реализации в целях реализации проекта; анализировать проектную документацию; рассчитывать качественные и количественные результаты, сроки выполнения проектной работы.</p> <p>УК-2.3. Владеет: управлением проектами в области, соответствующей профессиональной деятельности; распределением заданий и побуждением других к достижению целей; управлением разработкой технического задания проекта, управлением реализацией профильной проектной работы; управлением процесса обсуждения и</p>

		доработки проекта; участием в разработке технического задания проекта, разработкой программы реализации проекта в профессиональной области; организацией проведения профессионального обсуждения проекта, участием в ведении проектной документации; проектированием план-графика реализации проекта; определением требований к результатам реализации проекта, участием в научных дискуссиях и круглых столах
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1. Знает: проблемы подбора эффективной команды; основные условия эффективной командной работы; основы стратегического управления человеческими ресурсами, нормативные правовые акты, касающиеся организации и осуществления профессиональной деятельности; модели организационного поведения, факторы формирования организационных отношений; стратегии и принципы командной работы, основные характеристики организационного климата и взаимодействия людей в организации; методы научного исследования в области управления; методы верификации результатов исследования; методы интерпретации и представления результатов исследования.</p> <p>УК-3.2. Умеет: определять стиль управления и эффективность руководства командой; вырабатывать командную стратегию; владеть технологией реализации основных функций управления, анализировать и интерпретировать результаты научного исследования в области управления человеческими ресурсами; применять принципы и методы организации командной деятельности; подбирать методы и методики исследования профессиональных практических задач; уметь анализировать и интерпретировать результаты научного исследования.</p> <p>УК-3.3. Владеет: организацией и управлением командным взаимодействием в решении поставленных целей; созданием команды для выполнения практических задач; участием в разработке стратегии командной работы; составлением деловых писем с целью организации и сопровождения командной работы; умением работать в команде; разработкой программы эмпирического исследования профессиональных практических задач.</p>
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1. Знает: компьютерные технологии и информационная инфраструктура в организации; коммуникации в профессиональной этике; факторы улучшения коммуникации в организации, коммуникационные технологии в профессиональном взаимодействии; характеристики коммуникационных потоков; значение коммуникации в профессиональном взаимодействии; методы исследования коммуникативного потенциала личности; современные средства информационно-коммуникационных технологий.</p> <p>УК-4.2. Умеет: создавать на русском и иностранном языке письменные тексты научного и официально-делового стилей речи по профессиональным вопросам; исследовать прохождение информации по управленческим</p>

		<p>коммуникациям; определять внутренние коммуникации в организации; производить редакторскую и корректорскую правку текстов научного и официально-делового стилей речи на русском и иностранном языке; владеть принципами формирования системы коммуникации; анализировать систему коммуникационных связей в организации.</p> <p>УК-4.3. Владеет: осуществлением устными и письменными коммуникациями, в том числе на иностранном языке; представлением планов и результатов собственной и командной деятельности с использованием коммуникативных технологий; владеет технологией построения эффективной коммуникации в организации; передачей профессиональной информации в информационно-телекоммуникационных сетях; использованием современных средств информационно-коммуникационных технологий.</p>
Межкультурное взаимодействие	<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>	<p>УК-5.1. Знает: психологические основы социального взаимодействия; направленного на решение профессиональных задач; основные принципы организации деловых контактов; методы подготовки к переговорам, национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; основные концепции взаимодействия людей в организации, особенности диадического взаимодействия.</p> <p>УК-5.2. Умеет: грамотно, доступно излагать профессиональную информацию в процессе межкультурного взаимодействия; соблюдать этические нормы и права человека; анализировать особенности социального взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей.</p> <p>УК-5.3. Владеет: организацией продуктивного взаимодействия в профессиональной среде с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных особенностей; преодолением коммуникативных, образовательных, этнических, конфессиональных и других барьеров в процессе межкультурного взаимодействия; выявлением разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия.</p>
Самоорганизация и саморазвитие	<p>УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>	<p>УК-6.1. Знает: особенности принятия и реализации организационных, в том числе управленческих решений; теоретико-методологические основы саморазвития, самореализации, использования творческого потенциала собственной деятельности; основные научные школы психологии и управления; деятельностный подход в исследовании личностного развития; технологию и методику самооценки; теоретические основы акмеологии, уровни анализа психических явлений.</p> <p>УК-6.2. Умеет: определять приоритеты профессиональной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки; разрабатывать, контролировать, оценивать и исследовать компоненты профессиональной деятельности; планировать самостоятельную деятельность в решении профессиональных задач.</p> <p>УК-6.3. Владеет: навыками определения эффективного направления действий в области профессиональной деятельности; принятием решений на уровне собственной</p>

		профессиональной деятельности; навыками планирования собственной профессиональной деятельности.
Самоорганизация и саморазвитие	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знает о здоровьесберегающих технологиях и их значении в своей профессиональной деятельности УК-7.2. Умеет использовать данные технологии в социальной и профессиональной деятельности УК-7.3. Владеет должным уровнем физической подготовленности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Знает о нормах безопасности в профессиональной деятельности УК-8.2. Умеет и владеет навыками создания безопасных условий, в том числе при чрезвычайных ситуациях

4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.2

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или)	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с

	коммуникационных продуктов	общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1.Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1.Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2.Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1.Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2.Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и(или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1.Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2.Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

4.2. Самостоятельно установленные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Таблица 4.3

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта и пр.)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
Организация процесса	Текст рекламы и связей с	ПК-1. Способен участвовать в	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного	06.009 Специалист

создания коммуникационного продукта	общественность и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
-------------------------------------	--	--	--	---

Тип задач профессиональной деятельности: авторский

Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
--	---	--	--	--

			философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый				
Продвижение коммуникацион ного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Текст рекламы и связей с общественност ью и (или) иной коммуникацио нный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группа м общественности.	ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационно го продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	06.009 Специалист по продвижению и распростране нию продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информацион ным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: технологический				
Участие в производственн ом процессе выпуска коммуникацион ного продукта с применением современных информационны х и коммуникацион ных технологий	Текст рекламы и связей с общественност ью и (или) иной коммуникацио нный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности	ПК-4. Способен применять в профессионально й деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиаарилейшнз и медиапланирования в онлайн и онлайн среде ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде. ПК-4.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	06.009 Специалист по продвижению и распростране нию продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информацион ным ресурсам

			<p>ПК-4.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций</p> <p>ПК-4.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта</p>	
Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский				
<p>Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>	<p>ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы</p> <p>ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>
Тип задач профессиональной деятельности: редакторский				
<p>Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологически</p>	<p>Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами</p>	<p>ПК-6. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими</p>	<p>ПК-6.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</p>

требованиями разных каналов коммуникации	массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	требованиями разных типов СМИ и других медиа	коммуникационного продукта ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	06.013 Специалист по информационным ресурсам
Тип задач профессиональной деятельности: проектный				
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее - СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПК-7. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-7.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-7.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

Раздел 5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Требования к структуре основной профессиональной образовательной программы

ОПОП включает обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений.

К обязательной части ОПОП относятся дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций, установленных ПООП в качестве обязательных (при наличии).

Формирование универсальных компетенций обеспечивают дисциплины (модули) и практики, включенные в обязательную часть программы и (или) в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, составляет не менее 40 процентов общего объема программы.

В соответствии с ФГОС ВО структура программы включает следующие блоки:

Структура программы бакалавриата		Объем программы и ее блоков в з.е.
Блок 1	Дисциплины (модули)	не менее 165
	Обязательная часть	128
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	76
Блок 2	Практика	не менее 27
	Обязательная часть	18
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	9
Блок 3	Государственная итоговая аттестация	6-9
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3
	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	6
Объем программы бакалавриата		240

5.2. Типы практик

В образовательную программу входят учебная и производственная практики.

С учетом направленности «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» предусмотрено прохождение следующего типа учебной практики:

- профессионально-ознакомительная практика.

С учетом направленности «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» предусмотрено прохождение следующих типов производственной практики:

- профессионально-творческая практика;
- преддипломная практика.

5.3. Примерный учебный план и примерный календарный учебный график

ПРИМЕРНЫЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по направлению подготовки

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

(Английский язык)

Квалификация (степень) «бакалавр»

Нормативный срок обучения – 4 года

Форма обучения - очная

I. Примерный 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																	*			2/4	К												У	У	У	У									*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
II																	*		4/2	Э	К												У	У							*	2/4	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К				
III																	*		2/4	К	П	П	П	П																	*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К								
IV									П	П	П	П	*		4/2	Э	К	П	П	П	Д	Д	Д	Д								*	2/4	Э	Э	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	Г	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
	Теоретическое обучение					Учебная	Производственная	Производственная (преддипломная)			
Э	Экзаменационная сессия	I	32	2	4	4			10	52	
У	Учебная практика	II	33	2	5	2			10	52	
П	Производственная практика	III	33	2	3		4		10	52	
ПД	Производственная практика (преддипломная)	IV	22	2	4		4	4	10	52	
К	Каникулы	Итого	120	8	16	6	8	4	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		
				Всего	Лекция	Семинар	Практическое занятие				Семестр		Семестр		Семестр		Семестр		
											1	2	3	4	5	6	7	8	
											недель		недель		недель		недель		
20	13	20	13	20	13	16	6												
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>
Б1	Блок 1 «Дисциплины (модули)»	204	7344	x	x	x	x	x											
Б1.Б	Обязательная часть Блока 1	128	4608	x	x	x	x	x											
	<i>МОДУЛИ:</i>																		
	<i>Социально-гуманитарный</i>	<i>24</i>	<i>864</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>											
1.	Философия	4	144	x	x	x		x	4				x	x					x
2.	Экономика	2	72	x	x	x		x		1	x								x
3.	Социология	2	72	x	x	x		x		4				x					x
4.	Правоведение	2	72	x	x	x		x		4				x					x
5.	Основы социального государства	2	72	x	x	x		x		3				x					x
6.	Психология	2	72	x	x	x		x		1	x								x
7.	Конфликтология	3	108	x	x	x	x	x		3				x					x
8.	Логика	2	72	x	x	x	x	x		3				x					x
9.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		5					x				x
10.	Этика и эстетика	2	72	x	x	x		x		1	x								x
	<i>Историко-филологический</i>	<i>30</i>	<i>1080</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>											
11.	Русский язык и культура речи	4	144	x	x	x		x	2		x	x							x
12.	Стилистика и редактирование текстов массовой коммуникации	4	144	x	x	x		x	3					x					x
13.	Иностранный язык (английский)	11	396	x			x	x	2	1	x	x							x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
14.	Практический курс иностранного (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x					x
15.	История (история России, всеобщая история)	4	144	x	x	x		x	1		x								x
	<i>Информационно-технологический</i>	6	216	x	x	x	x	x											
16.	Цифровые коммуникации	3	108	x	x	x	x	x		5					x				x
17.	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	3	108	x	x		x	x		1	x								x
	<i>Модуль, формирующий компетенции физической культуры</i>	2	72	x	x		x	x											
18.	Физическая культура и спорт	2	72	x	x		x	x		2	x	x							x
	<i>Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности</i>	3	108	x	x		x	x											
19.	Безопасность жизнедеятельности	3	108	x	x		x	x		2		x							x
	<i>Общепрофессиональная подготовка</i>	63	2268	938	x	x	x	x											
20.	Введение в коммуникационные специальности	3	108	50	x	x	x	x		1	x								x
21.	Основы теории коммуникации	5	180	68	x	x	x	x	2		x	x							x
22.	Теория и практика связей с общественностью	9	324	142	x	x	x	x	3	2		x	x						x
23.	Теория и практика рекламы	9	324	142	x	x	x	x	4	2		x	x	x					x
24.	Теория и практика медиакоммуникаций	5	180	70	x	x	x	x	4				x	x					x
25.	Интегрированные коммуникации	4	144	48	x	x	x	x	4					x					x
26.	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	50	x	x	x	x		5					x				x
27.	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	48	x	x	x	x		6						x			x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
28.	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе	3	108	x	x	x	x	x		4			x	x					x
29.	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x	x
30.	Социология рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x			x
31.	Психология рекламы и связей с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		5					x				x
32.	Организация и проведение коммуникационных кампаний	5	180	x	x	x	x	x	5						x				x
33.	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		8							x	x	x
Б1.В	Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений	76	2736	x	x	x	x	x											
1.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	2	72	x	x		x	x		6						x			x
2.	Основы маркетинга	3	108	x	x	x	x	x		3			x						x
3.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x			x
4.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x	x
5.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x	x
6.	Основы антикризисного менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x	x
7.	Брендинг	3	108	x	x	x	x	x		6					x	x			x
8.	Маркетинговые исследования в сфере государственного и муниципального управления	4	144	x	x	x	x	x	6							x			x
9.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в политической сфере	3	108	x	x	x	x	x		7							x		x
10.	Реклама и связи с общественностью в сфере политики	3	108	x	x	x	x	x		6					x	x			x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
11.	Технологии производства политического рекламного продукта	4	144	x	x		x	x	7								x		x
12.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	7	6					x	x	x		x
	Элективные дисциплины	25	900	x	x	x	x	x											
1.1.	Методы научных исследований	2	72	x	x		x	x		5					x				x
1.2.	Методология написания научных работ	x	x	x	x		x	x		x					x				x
2.1.	Брендинг территории	1	36	x	x		x	x		7							x		x
2.2.	Регионоведение	x	x	x	x		x	x		x							x		x
3.1.	Этнология	1	36	x	x		x	x		7							x		x
3.2.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x		x	x		x							x		x
4.1.	Управление персоналом	2	72	x	x		x	x		4				x					x
4.2.	Корпоративная культура	x	x	x	x		x	x		x				x					x
5.1.	Копирайтинг в офлайн и онлайн средах	2	72	x	x		x	x		5					x				x
5.2.	Коммуникации в офлайн и онлайн средах	x	x	x	x		x	x		x					x				x
6.1.	Профайлинг в рекламе и связях с общественностью	2	72	x	x		x	x		8								x	x
6.2.	Глубинный анализ в рекламе и связях с общественностью	x	x	x	x		x	x		x								x	x
7.1.	Имидж органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве	2	72	x	x		x	x		7							x		x
7.2.	Репутационные кампании органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве	x	x	x	x		x	x		x							x		x
8.1.	Политический консалтинг	2	72	x	x	x	x	x		8								x	x
8.2.	Консультирование в сфере государственного и муниципального управления	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
9.1.	Формирование навыков чтения профессионально ориентированного текста (на английском языке)	3	108	x			x	x		2		x							x
9.2.	Речевой этикет профессионального общения на английском языке	x	x	x			x	x		x		x							x
10.1.	Формирование навыков аудирования (на английском языке)	2	72	x			x	x		2		x							x
10.2.	Формирование навыков письменной коммуникации (на английском языке)	x	x	x			x	x		x		x							x
11.1.	Основы деловой корреспонденции (на английском языке)	2	72	x			x	x		3			x						x
11.2.	Развитие навыков устного делового общения (на английском языке)	x	x	x			x	x		x			x						x
12.1.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на английском языке)	2	72	x			x	x		4				x					x
12.2.	Совершенствование навыков орфографии (на английском языке)	x	x	x			x	x		x				x					x
13.1.	Деловые переговоры (на английском языке)	2	72	x			x	x		5					x				x
13.2.	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x				x
	<i>Элективные дисциплины по физической культуре и спорту</i>																		
14.1.	Игровые виды спорта	-	328	x	-	-	x	x		3-5, 6 диф.	x	x	x	x	x	x			x
14.2.	Легкая атлетика	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x	x			x
	ИТОГО	204	7344	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x
Б2	Блок 2 «Практика»	27	972																
Б2.Б	Обязательная часть Блока 2	18																	
	<i>Производственная практика (преддипломная)</i>	6																	6

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	12														6	6		
Б2.В	Часть Блока 2, формируемая участниками образовательных отношений	9																	
	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	9										6		3					
Б3	Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»	9	324																
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3																3	
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	6																6	
	Общая трудоемкость ОПОП	240	8640									60	60	60	60				
Ф	Факультативы	9	324																
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 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.2.2	Коррупция: причины, проявление, противодействие	2	72	x	x			x		4				x					

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	Всего
Экзамен	1	3	2	5	1	3	2	4	21
Зачет	6	6	5	5	7	5	4	3	41

КУРСОВАЯ РАБОТА

<i>Дисциплина (на выбор)</i>	<i>Курс / семестр</i>	<i>Форма контроля</i>
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	III / 6	Диф. зачет
Брендинг		
Маркетинговые исследования в сфере государственного и муниципального управления		
Реклама и связи с общественностью в сфере политики		

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 системе государственного и муниципального управления».

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 системе
государственного и муниципального управления
(Английский язык)

Квалификация (степень) «бакалавр»

Нормативный срок обучения –
4 года 6 месяцев

Форма обучения – очно-заочная

I. Примерный 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														*			2/ 4э	К													*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
II														*			2/ 4э	К												*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
III														*		4/ 2э	Э	К	П	П	П	П								*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
IV																	4/ 2э	Э	К									*	4/ 2э	Э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
V						2/ 4э	П	П	П	П	Г	*	Г	Г	Г	Г	Г	К	К	К																							

Условные обозначения

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

	Теоретическое обучение	Курсы	Теоретическое обучение	Нерабочие праздничные дни	Экзаменационная сессия	Учебная практика	Производственная практика	Производственная практика (преддипломная)	Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
Э	Экзаменационная сессия										
У	Учебная практика	I	33	2	3	4				10	52
П	Производственная практика	II	35	2	3	2				10	52
П	Производственная практика	III	33	2	3		4			10	52
Д	(преддипломная)	IV	32	2	4		4			10	52
К	Каникулы	V	11	1	1			4	6	3	26
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	144	9	14	6	8	4	6	43	234

- * - неделя равна сумме 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		
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>	<i>21</i>		
Б1	Блок 1 «Дисциплины (модули)»	204	7344	x	x	x	x	x														
Б1.Б	Обязательная часть Блока 1	128	4608	x	x	x	x	x														
	<i>МОДУЛИ:</i>																					
	<i>Социально-гуманитарный</i>	<i>24</i>	<i>864</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>														
1.	Философия	4	144	x	x	x		x	4					x						x		
2.	Экономика	2	72	x	x	x		x		1	x									x		
3.	Социология	2	72	x	x	x		x		5				x						x		
4.	Правоведение	2	72	x	x	x		x		4				x						x		
5.	Основы социального государства	2	72	x	x	x		x		3			x							x		
6.	Психология	2	72	x	x	x		x		1	x									x		
7.	Конфликтология	3	108	x	x	x	x	x		3			x							x		
8.	Логика	2	72	x	x		x	x		3			x							x		
9.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		5				x						x		
10.	Этика и эстетика	2	72	x	x	x		x		1	x									x		
	<i>Историко-филологический</i>	<i>30</i>	<i>1080</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>														
11.	Русский язык и культура речи	4	144	x	x	x		x	2		x	x								x		
12.	Стилистика и редактирование текстов массовой коммуникации	4	144	x	x	x		x	5						x					x		
13.	Иностранный (английский) язык	11	396	x			x	x	2	1	x	x								x		
14.	Практический курс иностранного (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x						x		
15.	История (история России, всеобщая история)	4	144	x	x	x		x	1		x									x		
	<i>Информационно-технологический</i>	<i>6</i>	<i>216</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>														
16.	Цифровые коммуникации	3	108	x	x	x	x	x		9										x	x	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
17.	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	3	108	x	x		x	x		4				x						x
	<i>Модуль, формирующий компетенции физической культуры</i>	2	72	x	x		x	x												
18.	Физическая культура и спорт	2	72	x	x		x	x		2		x								x
	<i>Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности</i>	3	108	x	x		x	x												
9.	Безопасность жизнедеятельности	3	108	x	x		x	x		2		x								x
	<i>Общепрофессиональная подготовка</i>	63	2268	x	x	x	x	x												
20.	Введение в коммуникационные специальности	3	108	x	x	x	x	x		1	x									x
21.	Основы теории коммуникации	5	180	x	x	x	x	x	2			x								x
22.	Теория и практика связей с общественностью	9	324	x	x	x	x	x	3				x							x
23.	Теория и практика рекламы	9	324	x	x	x	x	x	4				x	x						x
24.	Теория и практика медиакоммуникаций	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x				x
25.	Интегрированные коммуникации	4	144	x	x	x	x	x	5						x					x
26.	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		7							x			x
27.	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		7							x			x
28.	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе	3	108	x	x	x	x	x		5					x					x
29.	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	8									x		x
30.	Социология рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	7							x				x
31.	Психология рекламы и связей с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		7							x			x
32.	Организация и проведение коммуникационных кампаний	5	180	x	x	x	x	x	8								x	x		x
33.	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		9									x	x
Б1.В	<i>Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений</i>	76	2736	x	x	x	x	x												
1.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	2	72	x	x		x	x		5					x					x
2.	Основы маркетинга	3	108	x	x	x	x	x		4				x						x
3.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6							x				x
4.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8										x	x
5.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8										x	x

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
6.	Основы антикризисного менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	9										x	x
7.	Брендинг	3	108	x	x	x	x	x		6						x				x
8.	Маркетинговые исследования в сфере государственного и муниципального управления	4	144	x	x	x	x	x	6							x				x
9.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в политической сфере	3	108	x	x	x	x	x		8								x		x
10.	Реклама и связи с общественностью в сфере политики	3	108	x	x	x	x	x		5					x					x
11.	Технологии производства политического рекламного продукта	4	144	x	x		x	x	7								x			x
12.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	8	6					x	x	x	x		x
	Элективные дисциплины	25	900	x	x	x	x	x												
1.1.	Методы научных исследований	2	72	x	x		x	x		7							x			x
1.2.	Методология написания научных работ	x	x	x	x		x	x		x							x			x
2.1.	Брендинг территории	1	36	x	x		x	x		9									x	x
2.2.	Регионоведение	x	x	x	x		x	x		x									x	x
3.1.	Этнология	1	36	x	x		x	x		9									x	x
3.2.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x		x	x		x									x	x
4.1.	Управление персоналом	2	72	x	x		x	x		5					x					x
4.2.	Корпоративная культура	x	x	x	x		x	x		x					x					x
5.1.	Копирайтинг в офлайн и онлайн средах	2	72	x	x		x	x		7							x			x
5.2.	Коммуникации в офлайн и онлайн средах	x	x	x	x		x	x		x							x			x
6.1.	Профайлинг в рекламе и связях с общественностью	2	72	x	x		x	x		9									x	x
6.2.	Глубинный анализ в рекламе и связях с общественностью	x	x	x	x		x	x		x									x	x
7.1.	Имидж органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве	2	72	x	x		x	x		8								x		x
7.2.	Репутационные кампании органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве	x	x	x	x		x	x		x								x		x
8.1.	Политический консалтинг	2	72	x	x	x	x	x		8									x	x
8.2.	Консультирование в сфере государственного и муниципального управления	x	x	x	x	x	x	x		x									x	x
9.1.	Формирование навыков чтения профессионально ориентированного текста (на английском языке)	3	108	x			x	x		2		x								
9.2.	Речевой этикет профессионального общения на английском языке	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
10.1.	Формирование навыков аудирования (на английском языке)	2	72	x			x	x		2		x								x
10.2.	Формирование навыков письменной коммуникации (на английском языке)	x	x	x			x	x		x		x								x
11.1.	Основы деловой корреспонденции (на английском языке)	2	72	x			x	x		3			x							x
11.2.	Развитие навыков устного делового общения (на английском языке)	x	x	x			x	x		x			x							x
12.1.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на английском языке)	2	72	x			x	x		4				x						x
12.2.	Совершенствование навыков орфографии (на английском языке)	x	x	x			x	x		x				x						x
13.1.	Деловые переговоры (на английском языке)	2	72	x			x	x		5					x					x
13.2.	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x					x
	<i>Элективные дисциплины по физической культуре и спорту:</i>																			
14.1.	Игровые виды спорта	-	328	x	x	-	x	x		6 диф.			x	x	x	x				x
14.2.	Легкая атлетика	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
	ИТОГО	204	7344	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Б2	Блок 2 «Практика»	27																		
Б2.Б	Обязательная часть Блока 2	18																		
	Производственная практика (преддипломная практика)	6																		6
	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	12															6	6		
Б2.В	Часть Блока 2, формируемая участниками образовательных отношений	9																		
	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	9										6		3						
Б3	Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»	9	324																	
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3																		3
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	6																		6
	Объем программы бакалавриата	240	8640																	
Ф	Факультативы	9	324																	
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 язык	7	252	x			x	x		6 диф.					x	x				

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Ф. 2	Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору	2	72																	
Ф. 2.1	Русский язык в социокультурном аспекте	2	72	x	x	x		x		3			x							
Ф. 2.2.	Коррупция: причины, проявление, противодействие	2	72	x	x	x		x		4				x						

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Всего
Экзамен	1	3	1	3	2	3	2	5	1	21
Зачет	5	4	4	4	7	2	5	3	5	39

КУРСОВАЯ РАБОТА

Дисциплина (на выбор)	Курс / семестр	Форма контроля
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	III / 6	Диф. зачет
Брендинг		
Маркетинговые исследования в сфере государственного и муниципального управления		
Реклама и связи с общественностью в сфере политики		

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 системе государственного и муниципального управления».

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

Квалификация (степень) «бакалавр»

**по направлению подготовки
42.03.01 РЕКЛАМА И
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Нормативный срок обучения –
4 года 6 месяцев

**Направленность (профиль):
Реклама и связи с общественностью в системе
государственного и муниципального управления
(Английский язык)**

Форма обучения - заочная

I. Примерный 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												*			2/4э	К								У	У	У	У				*	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
II												*			2/4э	К								У	У				*	2/4э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
III												*			2/4э	К	П	П	П	П									*	2/4э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
IV										П	П	П	П	*		4/2э	Э	К										*	2/4э	Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К	
V								2/4э	П	П	П	П	Г	*	Г	Г	Г	Г	Г	К	К	К																					

Условные обозначения

II. Сводные данные по бюджету времени (в неделях)

Условные обозначения		Курсы	Теоретическое обучение	Нерабочие праздничные дни	Экзаменационная сессия	Учебная практика	Производственная практика	Производственная практика (преддипломная)	Государственная итоговая аттестация	Каникулы	Всего
Э	Теоретическое обучение										
У	Экзаменационная сессия										
У	Учебная практика	I	33	2	3	4				10	52
П	Производственная практика	II	34	2	4	2				10	52
П	Производственная практика	III	32	2	4		4			10	52
Д	(преддипломная)	IV	32	2	4		4			10	52
К	Каникулы	V	11	1	1			4	6	3	26
Г	Государственная итоговая аттестация	Итого	142	9	16	6	8	4	6	43	234

* - неделя равна сумме 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		
								неделя				неделя	неделя	неделя	неделя	неделя	неделя				
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>	<i>11</i>	<i>12</i>	<i>13</i>	<i>14</i>	<i>15</i>	<i>16</i>	<i>17</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>20</i>	<i>21</i>	
Б1	Блок 1 «Дисциплины (модули)»	204	7344	x	x	x	x	x													
Б1.Б	Обязательная часть Блока 1	128	4608	x	x	x	x	x													
	<i>МОДУЛИ:</i>																				
	<i>Социально-гуманитарный</i>	<i>24</i>	<i>864</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>													
1.	Философия	4	144	x	x	x		x	4				x	x						x	
2.	Экономика	2	72	x	x	x		x		2		x								x	
3.	Социология	2	72	x	x	x		x		4				x						x	
4.	Правоведение	2	72	x	x	x		x		4				x						x	
5.	Основы социального государства	2	72	x	x	x		x		3			x							x	
6.	Психология	2	72	x	x	x		x		1	x									x	
7.	Конфликтология	3	108	x	x	x	x	x		3			x							x	
8.	Логика	2	72	x	x	x	x	x		3			x							x	
9.	Религиоведение	3	108	x	x	x		x		6					x	x				x	
10.	Этика и эстетика	2	72	x	x	x		x		1	x									x	
	<i>Историко-филологический</i>	<i>30</i>	<i>1080</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>	<i>x</i>													
11.	Русский язык и культура речи	4	144	x	x	x		x	2		x	x								x	
12.	Стилистика и редактирование текстов массовой коммуникации	4	144	x	x	x		x	4					x						x	
13.	Иностранный (английский) язык	11	396	x			x	x	2	1	x	x								x	
14.	Практический курс иностранного (английского) языка	7	252	x			x	x	4				x	x						x	
15.	История (история России, всеобщая история)	4	144	x	x	x		x	1		x									x	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
	<i>Информационно-технологический</i>	6	216	x	x	x	x	x												
16.	Цифровые коммуникации	3	108	x	x	x	x	x		8								x		x
17.	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях	3	108	x	x		x	x		1	x									x
	<i>Модуль, формирующий компетенции физической культуры</i>	2	72	x	x		x	x												
18.	Физическая культура и спорт	2	72	x	x		x	x		2	x	x								x
	<i>Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности</i>	3	108	x	x		x	x												
19.	Безопасность жизнедеятельности	3	108	x	x		x	x		2		x								x
	<i>Общепрофессиональная подготовка</i>	63	2268	x	x	x	x	x												
20.	Введение в коммуникационные специальности	3	108	x	x	x	x	x		1	x									x
21.	Основы теории коммуникации	5	180	x	x	x	x	x	2			x								x
22.	Теория и практика связей с общественностью	9	324	x	x	x	x	x	3	2		x	x							x
23.	Теория и практика рекламы	9	324	x	x	x	x	x	4	2		x	x	x						x
24.	Теория и практика медиакоммуникаций	5	180	x	x	x	x	x	6						x	x				x
25.	Интегрированные коммуникации	4	144	x	x	x	x	x	5						x					x
26.	Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		7							x			x
27.	Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	3	108	x	x	x	x	x		6						x				x
28.	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе	3	108	x	x	x	x	x		4			x	x						x
29.	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x		x
30.	Социология рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x				x
31.	Психология рекламы и связей с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		5					x					x
32.	Организация и проведение коммуникационных кампаний	5	180	x	x	x	x	x	7								x			x
33.	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	3	108	x	x	x	x	x		9									x	x
Б1.В	<i>Часть Блока 1, формируемая участниками образовательных отношений</i>	76	2736	x	x	x	x	x												
1.	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	2	72	x	x		x	x		6						x				x
2.	Основы маркетинга	3	108	x	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
3.	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x				x
4.	Современная пресс-служба	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x		x
5.	Основы медиапланирования	4	144	x	x	x	x	x	8								x	x		x
6.	Основы антикризисного менеджмента	4	144	x	x	x	x	x	9										x	x
7.	Брендинг	3	108	x	x	x	x	x		6					x	x				x
8.	Маркетинговые исследования в сфере государственного и муниципального управления	4	144	x	x	x	x	x	6						x	x				x
9.	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в политической сфере	3	108	x	x	x	x	x		8								x		x
10.	Реклама и связи с общественностью в сфере политики	3	108	x	x	x	x	x		6					x	x				x
11.	Технологии производства политического рекламного продукта	4	144	x	x		x	x	7								x			x
12.	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	13	468	x			x	x	8	6					x	x	x	x		x
	Элективные дисциплины	25	900	x	x	x	x	x												
1.1.	Методы научных исследований	2	72	x	x		x	x		7							x			x
1.2.	Методология написания научных работ	x	x	x	x		x	x		x							x			x
2.1.	Брендинг территории	1	36	x	x		x	x		9									x	x
2.2.	Регионоведение	x	x	x	x		x	x		x									x	x
3.1.	Этнология	1	36	x	x		x	x		9									x	x
3.2.	Работа в многонациональных коллективах	x	x	x	x		x	x		x									x	x
4.1.	Управление персоналом	2	72	x	x		x	x		4				x						x
4.2.	Корпоративная культура	x	x	x	x		x	x		x				x						x
5.1.	Копирайтинг в офлайн и онлайн средах	2	72	x	x		x	x		5					x					x
5.2.	Коммуникации в офлайн и онлайн средах	x	x	x	x		x	x		x					x					x
6.1.	Профайлинг в рекламе и связях с общественностью	2	72	x	x		x	x		9									x	x
6.2.	Глубинный анализ в рекламе и связях с общественностью	x	x	x	x		x	x		x									x	x
7.1.	Имидж органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве	2	72	x	x		x	x		8								x		x
7.2.	Репутационные кампании органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве	x	x	x	x		x	x		x								x		x
8.1.	Политический консалтинг	2	72	x	x	x	x	x		8								x		x
8.2.	Консультирование в сфере государственного и муниципального управления	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
9.1.	Формирование навыков чтения профессионально ориентированного текста (на английском языке)	3	108	x			x	x		2		x								x
9.2.	Речевой этикет профессионального общения на английском языке	x	x	x			x	x		x		x								x
10.1.	Формирование навыков аудирования (на английском языке)	2	72	x			x	x		2		x								x
10.2.	Формирование навыков письменной коммуникации (на английском языке)	x	x	x			x	x		x		x								x
11.1.	Основы деловой корреспонденции (на английском языке)	2	72	x			x	x		3			x							x
11.2.	Развитие навыков устного делового общения (на английском языке)	x	x	x			x	x		x			x							x
12.1.	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на английском языке)	2	72	x			x	x		4				x						x
12.2.	Совершенствование навыков орфографии (на английском языке)	x	x	x			x	x		x				x						x
13.1.	Деловые переговоры (на английском языке)	2	72	x			x	x		5					x					x
13.2.	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	x	x	x			x	x		x					x					x
	<i>Элективные дисциплины по физической культуре и спорту:</i>																			
14.1.	Игровые виды спорта	-	328	x	x	-	x	x		6 диф.			x	x	x	x				x
14.2.	Легкая атлетика	x	x	x	x	x	x	x		x			x	x	x	x				x
	ИТОГО	204	7344	x	x	x	x	x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	
Б2	Блок 2 «Практика»	27																		
Б2.Б	Обязательная часть Блока 2	18																		
	Производственная практика (преддипломная практика)	6																		6
	Производственная практика (профессионально-творческая практика)	12														6	6			
Б2.В	Часть Блока 2, формируемая участниками образовательных отношений	9																		
	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)	9										6		3						
Б3	Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»	9	324																	
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	3																		3
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	6																		6
	Объем программы бакалавриата	240	8640																	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
Ф	Факультативы	9	324																	
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 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		x		3			x							
Ф.2.2	Коррупция: причины, проявление, противодействие	2	72	x	x	x		x		4				x						

АТТЕСТАЦИЯ

Форма контроля	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	Всего
Экзамен	1	3	1	4	1	4	2	4	1	21
Зачет	5	7	5	5	3	6	2	4	4	41

КУРСОВАЯ РАБОТА

Дисциплина (на выбор)	Курс / семестр	Форма контроля
Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	III / 6	Диф. зачет
Брендинг		
Маркетинговые исследования в сфере государственного и муниципального управления		
Реклама и связи с общественностью в сфере политики		

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 системе государственного и муниципального управления».

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.

5.4. Аннотации программ дисциплин (модулей)

Полнотекстовые рабочие программы дисциплин (модулей), включая оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представлены в электронной системе ПО «РПД» MMISLAB (Программное обеспечение «Рабочие программы дисциплин»).

Философия

Цель освоения дисциплины

Формирование универсальных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности, 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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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).

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

Конфликтология

Цель освоения дисциплины

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

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

Логика

Цель освоения дисциплины

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

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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 эстетика

Цель освоения дисциплины

Знакомство студентов с нравственным опытом человечества и основными проблемами эстетики.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Социально-гуманитарный модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

Основные понятия этики. Мораль как предмет этики. История этических учений. Этикет. Профессиональная этика специалиста по связям с общественностью. Этический анализ профессиональных кодексов PR-специалиста. Этика рекламной деятельности. Категории эстетики. История эстетики. Искусство. Реклама как объект практической эстетики.

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Историко-филологический модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-6. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Краткое содержание дисциплины

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.

Стилистика и редактирование текстов массовой коммуникации

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Историко-филологический модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-6. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Краткое содержание дисциплины

Стиль и стилистика. Функциональная стилистика. Практическая стилистика. Стилистика текста. Стилистическая система русского литературного языка. Публицистический стиль. Особенности языка и жанров радиожурналистики, тележурналистики, печатных и электронных СМИ. Реклама и PR- тексты: стиль, композиция, современные тенденции. Особенности, средства, правила построения устной публичной речи. Функционирование лексических и фразеологических экспрессивных средств в текстах массовой коммуникации. Функционирование морфологических и синтаксических экспрессивных средств в текстах массовой коммуникации. Тропы и стилистические фигуры, их роль в построении текстов различных типов и назначений. Прецедентность и языковая игра в массовых коммуникациях.

Текст массовых коммуникаций как объект литературного редактирования. Виды журналистских, рекламных и PR текстов и особенности работы редактора над ними. Критерии редакторской оценки для разных функционально-смысловых типов текстов: 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 в СМИ.

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Историко-филологический модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 11 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Историко-филологический модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

История (история России, всеобщая 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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Историко-филологический модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

Цифровые коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о принципах использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по связям с общественностью и менеджера по рекламе, об основных техниках и приемах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед специалистом по связям с общественностью и рекламе, а также ознакомление с системой терминов цифровых коммуникаций для обозначения ключевых понятий в рекламе и связях с общественностью и массовой коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Информационно-технологический модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Краткое содержание дисциплины

Современные компьютерные и телекоммуникационные технологии. Понятийный аппарат телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью. Телекоммуникационные технологии, используемые в рекламе и связях с общественностью: сетевая реклама, корпоративные сайты, вирусные технологии, краудсорсинг и др.

Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Информационно-технологический модуль. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Краткое содержание дисциплины

Информационные технологии в рекламной деятельности: общие сведения об информационных технологиях в рекламе; основные требования к информационному обеспечению рекламной деятельности; программные продукты и современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в рекламных исследованиях.

Подготовка содержания и формы подачи рекламной продукции с использованием современных компьютерных технологий. Современные текстовые редакторы и издательские системы. Современные графические пакеты. Электронные таблицы и пакеты анализа для статистической обработки информации и представления результатов исследования.

Информационная база рекламной деятельности. Использование баз данных в рекламе. Современные системы управления БД (СУБД). Проектирование БД, проведение аналитической работы по подготовке рекламной кампании с использованием запросов к БД. Современные подходы к хранению информации.

Сетевые технологии и Интернет в рекламе. Особенности рекламной коммуникации в Интернет. Web-сайт как объект и субъект рекламы. Реклама в электронной коммерции.

Основные направления обеспечения информационной безопасности: правовая защита, организационная защита, инженерно-техническая защита (аппаратные, программные, криптографические средства).

Физическая культура и спорт

Цель освоения дисциплины

Формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда. Развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья. Формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью. Освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль, формирующий компетенции физической культуры. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание дисциплины

Теоретический курс позволяет изучить ценности физической культуры, осознать физическую культуру как учебную дисциплину высшего профессионального образования и целостного развития личности, освоить значение физической культуры и спорта в управлении совершенствованием функциональных возможностей организма в целях обеспечения умственной и физической деятельности. Здоровый образ жизни и его составляющие. Личное отношение к здоровью как условие формирования здорового образа жизни. Основные требования к организации здорового образа жизни.

Практический курс предусматривает обучение организации самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности. Спортивные соревнования как средство и метод общей физической, профессионально-прикладной, спортивной подготовки студентов.

Безопасность жизнедеятельности

Цель освоения дисциплины

Формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знания, умения и компетенции для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентации, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание дисциплины

Современное состояние и негативные факторы среды обитания. Принципы обеспечения безопасности и рациональных условия 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 аварии, катастроф и стихийных бедствий, а также в условиях ведения военных действий. Правовые, нормативные, организационные, экономические и управленческие основы безопасности жизнедеятельности.

Введение в коммуникационные специальности

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов базового понятийного аппарата коммуникативистики; представления о специфике рекламы, связей с общественностью, журналистики как современных коммуникационных видах деятельности; дать общее представление о тенденциях развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, структуре рынка рекламы и PR в стране и в регионе.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

Краткое содержание дисциплины

Основные теоретические подходы к понятию «медиакоммуникация». Исторические аспекты медиакоммуникации. Базовый понятийный аппарат теории коммуникативистики. Реклама как профессиональная сфера: принципы профессиональной деятельности, специфика коммуникационного рекламного продукта. Реклама как тактическая составляющая комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций. Связи с общественностью как вид коммуникативной активности компании и стратегическая составляющая комплекса ИМК, направленная на решение задач формирования и сохранения кредита доверия общества к компании. Журналистика как социальный институт и как творческая коммуникативная профессия. Принципы взаимодействия рекламы и связей с общественностью с системой массмедиа. Источники информации и стандарты качества информации в коммуникационных профессиях; политические, экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования. Принципы работы с источниками информации. Типы научного текста и научных исследований в теории коммуникации. Медиакоммуникационные системы региона, страны и мира, структура медиарынка.

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

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Краткое содержание дисциплины

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.

Понятия коммуникативного действия и коммуникативного взаимодействия. Теоретико-методологические подходы современной теории коммуникации (процессно-информационный и семиотический подходы. Базовых моделях коммуникационного процесса (Шэннона-Вивера, Гербнера, Ньюкомба, Вестли Маклина, транзакционный модели Тэна; Де Соссюра, Пирса, Фреге, Огдена-Ричардса, Морриса). Базовые положения межличностной и деловой коммуникации, включая аспекты вербального и невербального взаимодействия социальных субъектов. Типичные ситуации межличностного общения и формах реагирования.

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.

Теория и практика связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование общетеоретических знаний о характере и специфике деятельности связей с общественностью как сферы коммуникативного взаимодействия с общественными аудиториями; выработать профессиональный взгляд на роль связей с общественностью в современном обществе; сформировать владение основными технологиями, методами и инструментами деятельности по связям с общественностью в современной коммуникативной среде.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

Связи с общественностью как вид профессиональной деятельности. Место связей с общественностью в информационно-коммуникативной среде. Правовое регулирование и профессиональные этические кодексы связей с общественностью. Стратегическая роль PR в системе управления. Профессиональные области связей с общественностью в коммерческой, политической, социальной сфере и во взаимодействии с органами государственной власти. Организационные принципы деятельности PR. Планирование и организация PR-кампаний. Связи с общественностью как инструмент формирования имиджа. Роль связей с общественностью в формировании и управлении общественным мнением. Медиарелейшнз в системе связей с общественностью. PR-текст в системе медиатекстов. Специфика PR-текста как коммуникационного продукта. Новые информационно-коммуникационные технологии в системе PR. Средства и методы организации мероприятий связей с общественностью. Исследования в связях с общественностью.

Теория и практика рекламы

Цель освоения дисциплины

Получение базовых знаний в области рекламного дела, его истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности; понимание целей, задач рекламной

деятельности, места рекламы в системе комплекса маркетинговых коммуникаций, обучение разработке рекламно-коммуникационного продукта и его технологического обеспечения.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Краткое содержание дисциплины

Основы рекламы. Рекламная коммуникация и рекламной деятельности Цели и задачи рекламной деятельности. История развития рекламы за рубежом и в России. Классификации рекламы. Виды и формы рекламы, функции рекламы в обществе. Реклама коммерческая, социальная, политическая, товарная, имиджевая. Средства распространения и размещения рекламы. Виды рекламы и ее носители. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Реклама и публицити. ВТЛ-реклама. Рекламные технологии: психология восприятия рекламного сообщения, невербальные компоненты. Основные принципы разработки рекламного медиапродукта. Дизайн рекламы. Рекламная кампания. Понятие эффективности рекламы. Рекламный менеджмент. Мировой рынок рекламы. Проблемы развития отечественного рынка рекламы.

Профессиональные сообщества отрасли и их деятельность. Рекламные фестивали и конкурсы профессионального мастерства.

Теория и практика медиакоммуникаций

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов понимания медиакоммуникации как процесса информационно-коммуникативного взаимодействия в современном обществе, основных закономерностей процессов, протекающих в современном информационно-коммуникативном пространстве; раскрыть сущность, специфику и функции различных сфер медиакоммуникации; представить основные принципы работы специалиста по рекламе и связям с общественностью с информацией, предназначенной для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

Краткое содержание дисциплины

Основные теоретические подходы к понятию «медиакоммуникация». Современные теории массмедиа. Тенденции развития массовой коммуникации в современном мире. Законодательство РФ в сфере информационной деятельности; правовые и этические нормы работы в СМИ. Глобализация как фактор трансформации современного информационно-коммуникативного пространства. Специфика каналов массовой коммуникации. Медиасистема и ее компоненты. Глобальные и национальные особенности медиасистем. Научные подходы к исследованиям функционирования системы массмедиа. Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Журналистский текст (медиатекст) в системе массовой коммуникации. Информационный рынок России: современное состояние и специфика развития. Медиаэкономика, медиапроизводство как компоненты медиасистемы. Жанры, форматы, технологические платформы создания и передачи медиапродукции. Журналистский текст как медиапродукт. Методы получения, анализа и интерпретации данных для решения профессиональных задач. Методы анализа текстов массовой коммуникации.

Интегрированные коммуникации

Цель освоения дисциплины

Формирование системного представления об интегрированных коммуникациях с различными субъектами с использованием оптимально количества коммуникационных каналов для усиления кумулятивного эффекта.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Краткое содержание дисциплины

Принцип интеграции в коммуникативном процессе. Интегрированный комплекс коммуникаций с группами внутренней и внешней общественности. Инструментарий для проведения коммуникационных кампаний с учетом региональных и страновых медиасистем. Особенности современных интегрированных онлайн и офлайн коммуникаций Теоретические аспекты BTL-коммуникаций. BTL с точки зрения маркетинговых коммуникаций. Предпосылки форматирования новых персонифицированных/адресных массовых каналов рекламных коммуникаций Классификация BTL-коммуникаций. ATL, BTL и TTL в комплексе маркетинговых коммуникаций. Специфика BTL-коммуникаций. Зона влияния BTL-коммуникаций.

Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы

Цель освоения дисциплины

Формирование у обучающихся основ юридических знаний о механизме правового регулирования общественных отношений в сфере связей с общественностью и рекламы.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

Связи с общественностью и реклама как объект правового регулирования. Правовые основы управления информацией Саморегулирование в сфере связей с общественностью и рекламе. Законы и иные нормативные правовые акты, регулирующие общественную и коммерческую деятельность в сфере связей с общественностью и рекламы. Связи с общественностью федеральных и региональных органов власти: законодательные основы. СМИ в системе связей с общественностью и рекламе: правовые аспекты. Неформальные способы регулирования в области связей с общественностью: традиции, обычаи; корпоративные нормы. Нормы международного права о связях с общественностью и рекламе.

Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы

Цель освоения дисциплины

дать представление о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности и развить способность у будущих специалистов в области рекламы и PR к самостоятельной профессионально-нравственной ориентации.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

Этика как наука: ее предмет, круг проблем и назначение. Этика как «практическая философия». Понятия «нравственность», «мораль», их характеристики. Основные категории этики (добро, зло, ответственность, долг, достоинство, честь, совесть, справедливость и т.д.). Этика как явление духовной культуры. Специфика нравственной регуляции общественных отношений. Общество и мораль: нормы, предписания, императивы, образцы морального должностования. Изменчивое и устойчивое в морали. Мораль и нравы. Нравственные регулятивы и поведение личности. Функции профессиональной морали. Профессиональная мораль как совокупность идеалов и ценностей, идей о должном, этических принципов и норм поведения, отражающих сущность профессии и обеспечивающих наилучшие результаты профессиональной деятельности. Профессиональная мораль как нравственное самосознание профессиональной группы, ее психология и идеология. Профессиональная мораль – средство укрепления внутрикорпоративных связей, стимул к дальнейшему развитию профессиональной деятельности. Понятие профессиональной этики и профессиональной морали. Профессиональные кодексы как способы закрепления стандартов. Профессионально-нравственные представления в рекламе и PR-деятельности: категории, принципы, нормы. Профессионально-нравственные требования к специалистам по рекламе и связям с общественностью. Российский кодекс профессиональных и этических принципов в области рекламы и связей с общественностью.

Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе

Цель освоения дисциплины

Формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

Понятие и функции речевой коммуникации. Роль и значение речевой коммуникации в профессиональной деятельности специалистов связей с общественностью и рекламы. Система речевых жанров и стилей публичной коммуникации. Типы различных аудиторий в системе публичной коммуникации. Публичное выступление: понятие, специфика, функции. Способы и средства, обеспечивающие эффективность речевой коммуникации. Создание текста выступления и презентации в различных речевых жанрах и стилях в деятельности специалиста РСО.

Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование базовых представлений о менеджменте в коммуникационном бизнесе в России и за рубежом.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Краткое содержание дисциплины

Система научных представлений о менеджменте. Типология менеджмента. Интеграция управленческих и коммуникационных знаний, умений и навыков, определяющих профессионализм деятельности современного менеджера. Комбинирование типов менеджмента в зависимости от конкретной ситуации. Анализа управленческих процессов. Возможности и угрозы на основе анализа внешней среды. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью.

Социология рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о социологических подходах и методах изучения запросов и потребностей общества в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

Социокультурная характеристика коммуникационной деятельности: рекламы и связей с общественностью. Концептуальные модели социологического знания, применяемые в

коммуникационной деятельности по рекламе и связям с общественностью. Социологические методы анализа и оценки коммуникаций.

Эволюция представлений взглядов социологов о роли СМК в жизни общества и индивида. Социология рекламы. Социология массовой коммуникации. Социология Интернета.

Психология рекламы и связей с общественностью

Цель освоения дисциплины

Формирование представления о психологических закономерностях рекламной и PR-коммуникации, психологических моделях и психологических эффектах убеждающего и суггестивного воздействия в сфере рекламной и PR-коммуникации, механизмах влияния, применяемых в профессиональной деятельности специалистов по рекламе связям с общественностью, а также профессиональных умений и навыков управления массовыми коммуникациями и регулирования поведения целевых групп.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

Краткое содержание дисциплины

Основные понятия психологии рекламы и связей с общественностью. Основные теоретические подходы к исследованию психологии социальной коммуникации. Методы психологического воздействия в процессах коммуникации. Психологические аспекты связей с общественностью как управленческой деятельности. Процесс мотивирования аудитории в системе рекламной деятельности. Феномены социальной установки и социального стереотипа в системе рекламной и PR-коммуникации. Методы убеждения и суггестии в технологиях коммуникации. Психология манипуляции в рекламе и связях с общественностью. Методы, средства и технологии манипулирования общественным мнением в современной медиасреде. Приемы психологического взаимодействия в деловом общении.

Организация и проведение коммуникационных кампаний

Цель освоения дисциплины

Формирование ключевых теоретических знаний, умений и навыков разработки, реализации и оценки эффективности коммуникационных кампаний в коммерческой, политической и социокультурной сферах.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Краткое содержание дисциплины

Коммуникационные кампании как инструмент реализации корпоративной стратегии. Место и роль коммуникационных кампаний в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Типы и виды коммуникационных кампаний. Инструментально-технологический комплекс коммуникационной кампании: виды, способы, методы и средства реализации кампании. Основные модели планирования и реализации кампаний. Основные составляющие бюджета кампании. Разработка плана коммуникаций и медиапланирование в коммуникационных кампаниях. Отличительные черты рекламной и PR-кампании. Методы оценки эффективности коммуникационной кампании.

Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Изучение технологических процедур при создании и реализации проектов в сфере коммуникаций, стимулирование креативных способностей.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)». Модуль общепрофессиональной подготовки. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Краткое содержание дисциплины

Основы проектирование. Типология проектов. Проектные этапы. Алгоритм и методика создания коммуникативных проектов. Мониторинг проектной деятельности. Оперативная корректировка коммуникационного проекта. Прогнозированию последствий реализации проекта в рекламе и связях с общественностью.

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

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

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 маркетинга

Цель освоения дисциплины

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

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Краткое содержание дисциплины

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.

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

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-7. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

Краткое содержание дисциплины

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.

Современная пресс-служба

Цель освоения дисциплины

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

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

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 понимания медиапланирования как исторически развивающегося процесса в системе рекламной деятельности, сформировать представление о медиапланировании как инструменте эффективного управления рекламной кампанией предприятия в современных условиях.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

Краткое содержание дисциплины

Медиапланирование как компонент коммуникационной кампании. Медиаплан как вид коммуникационного проекта. Методологические основы аналитических исследований в системе медиапланирования: ситуационный анализ, анализ конкурентной среды, анализ медиарынка, анализ рекламной деятельности марки, анализ медиаканалов, методы исследования массмедиа, методы исследования аудитории. Стратегия и тактика медиапланирования. Процесс медиапланирования. Разработка медиаплана. Тенденции развития современного медиарынка, коммуникационные каналы как каналы дистрибуции рекламы и их роль в медиапланировании.

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

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

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.

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

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-7. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

Краткое содержание дисциплины

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.

Маркетинговые исследования в сфере государственного и муниципального управления

Цель освоения дисциплины

Формирование комплекса знаний и представлений о маркетинговых исследованиях в сфере связей общественности и рекламы деятельности органов власти, 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

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

Краткое содержание дисциплины

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 в сфере государственного и муниципального управления: принципы и методы. Стратегический анализ и стратегическая ситуация политической ситуации. Прогнозирование в маркетинговом анализе. Перспективный анализ динамики и устойчивости политической сферы. Исследования реакций властных структур и политических партий на ситуационные изменения.

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

Цель освоения дисциплины

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

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-6. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

Краткое содержание дисциплины

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

Реклама и связи с общественностью в сфере политики

Цель освоения дисциплины

Выработка целостного представления о месте и роли рекламы и связей с общественностью в современном политическом пространстве; формирование представления о закономерностях функционирования политической системы России, специфике коммуникативных стратегий, применяемых в политических кампаниях.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-7. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

Краткое содержание дисциплины

Политика в современном мире как сфера для применения навыков рекламной и PR-деятельности. Специфика устройства политической сферы в России и в мире. Политические институты, логика их функционирования. Политические PR и реклама как методики повышения эффективности государственного управления на федеральном, региональном и муниципальном уровнях политических связей с общественностью и политической рекламы в современной России. Политическая реклама: исторические и теоретико-методологические аспекты. Становление и развитие связей с общественностью в политике. Реклама и связи с общественностью в избирательном процессе. Технологии политической избирательной кампании. Медиастратегии в политической кампании. Технологии контроля и управления политическими конфликтами. Имиджевые стратегии в избирательных кампаниях.

Технологии производства политического рекламного продукта

Цель освоения дисциплины

Формирование комплекса общетеоретических знаний и навыков, необходимых для понимания характера и специфики деятельности по разработке политического рекламного продукта и технологий, применяемых в процессе его производства; выработка профессионального понимания роли данного процесса в организации рекламной деятельности в сфере политики.

Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

ПК-7. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

Краткое содержание дисциплины

Рекламный продукт как объект производства. Политическая рекламная кампания как разновидность рекламного продукта. Рекламные технологии в системе производства политического рекламного продукта. Художественный и компьютерный дизайн в производстве политического рекламного продукта. Технология производства фоторекламы политического продукта. Технология производства печатной политической рекламы. Технология производства радиорекламы в политическом секторе. Технология производства политической телевизионной рекламы. Технологии производства политической интернет-рекламы.

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 В2-С1.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость дисциплины составляет 13 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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.

Методы научных исследований

Цель освоения дисциплины

Формирование навыков создания стилистически и методологически грамотного научного текста.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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).

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Краткое содержание дисциплины

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 величине, а также изучение основных процессов регионализации в мире и России.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Краткое содержание дисциплины

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.

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

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

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

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

Корпоративная культура

Цель освоения дисциплины

Ознакомление студентов с историей возникновения корпоративной культуры как социального феномена, природой формирования, а также современной теорией и практикой формирования корпоративной культуры.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

Формирование проблематики корпоративной культуры. Понятие «культура». Корпоративная культура как одна из форм проявления культуры общества. Показатели корпоративной культуры. Влияние корпоративной культуры на поведение сотрудника. Значение корпоративной культуры для деятельности организации. Генезис и формирование понятия «корпоративная культура»: первые идеи Г.Тауна, Ф.Тейлора, А.Файоля, Возрастающий интерес 30-х к организационной культуре. Организационная культура предприятий после великой депрессии. Э.Мэйо, Д.Морено, К.Леви. Системный подход в организационной культуре (Ф.Котлер, Д.Макгрегор, Т.Парсонс). О понятии корпоративная культура в России. Модели российской корпоративной культуры. Этапы развития корпоративной культуры в России. Сравнение организационной и корпоративной культуры. Корпоративная философия и корпоративные отношения. Виды и стили корпоративного общения корпоративного общения. Основные формы корпоративного общения. Функции корпоративной культуры. Первичные и вторичные механизмы передачи корпоративной культуры. Факторы поддержания корпоративной культуры. Элементы корпоративной культуры. Задачи формирования

корпоративной культуры. Этапы формирования корпоративной культуры. Миссия организации. Альтернативный подход к миссии. Командный дух. Кодекс команды. Система внутрифирменного информирования. Фирменные публикации. Каналы коммуникации корпорации. Традиции и символика. Ритуалы. Фирменный стиль. Многообразие многонациональных корпораций. Факторы успешной деятельности МНК в современном мире. Факторы приспособления к национальной культуре. Модели культурного взаимодействия в МНК.

Копирайтинг в офлайн и онлайн средах

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов теоретических основ копирайтинга и практических представлений об особенностях копирайтинга в офлайн и онлайн средах

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Краткое содержание дисциплины

Копирайтинг: понятие, сущность, история. Цель и функции копирайтинга Копирайтинг и копирайтер. Классификации копирайтерских текстов. Копирайтинг в России.

Копирайтинг и сторителлинг. Имиджевый копирайтинг Информационный копирайтинг. WEB-копирайтинг. LSI-копирайтинг. Копирайтинг и рерайтинг. SEO копирайтинг и SEO рерайтинг. Платформы Etxt.RU, Advego. TextSale.

Коммуникации в офлайн и онлайн средах

Цель освоения дисциплины

Ознакомление с омниканальной природой деятельности по связям с общественностью в современной онлайн и офлайн-среде.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Краткое содержание дисциплины

Особенности интеграции онлайн и офлайн коммуникаций. Омниканальность. Традиционные и сетевые средства маркетинговых коммуникаций

Профайлинг в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Освоение использования методов профайлинга в рекламно-коммуникативной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

Профайлинг — это понятие, обозначающее совокупность специфических методов и методик оценки и прогнозирования поведения человека на основе анализа наиболее информативных частных признаков.

В ходе освоения дисциплины обучающиеся смогут приобрести профессионально значимые умения внимания и наблюдательности, овладеть приемами распознавания характерологических особенностей и состояний человека, получить начальные навыки эмпатии и проницательности путем самоанализа и анализа поведения других людей

Глубинный анализ в рекламе и связях с общественностью

Цель освоения дисциплины

Освоение использования методов глубинного анализа человеческой личности в рекламно-коммуникативной деятельности.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

В процессе освоения учебной дисциплины осуществляется профессионала, обладающего комплексом фундаментальных знаний основ теории и практики глубинного анализа для решения практических и научно-исследовательских задач в области рекламы и связей с общественностью, а также личностными и профессиональными качествами, способствующими практической деятельности во взаимодействии со специалистами смежных областей. Основными задачами изучения дисциплины являются: формирование у студентов теоретических знаний, способствующих ориентировке в сложных ситуациях коммуникативного взаимодействия; овладение студентами основными теоретическими концепциями основами глубинно-аналитического инструментария, развитие у студентов критического, аналитического и синтетического мышления при изучении концептуальных вопросов межличностного взаимодействия

Имидж органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов навыков анализа и управления имиджа органов управления муниципальной и федеральной власти в цифровой среде.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Краткое содержание дисциплины

Имидж и репутация органов государственной и муниципальной власти в цифровой среде. Проблема имиджа политических организаций. Продвижение имиджа в среде Интернет: механизмы, каналы, специфика. Социальные сети как перспективный инструмент управления имиджем властных структур. Имидж и проблема цифровой безопасности в сфере государственной и муниципальной власти

Репутационные кампании органов государственной и муниципальной власти в цифровом пространстве

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системы знаний, умений и навыков по реализации репутационной кампании органов управления муниципальной и федеральной власти в цифровом пространстве.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

Краткое содержание дисциплины

Репутация и репутационный менеджмент. Проблема репутации политических организаций и органов власти. Репутационные кампании. Инструменты управления репутацией органов власти в цифровой среде. Кампании по управлению репутацией политических организаций и органов власти в сети Интернет. Оценка информационных возможностей при управлении репутацией организации. Репутация и цифровая безопасность.

Политический консалтинг

Цель освоения дисциплины

Формирование общетеоретических представлений о характере и специфике политического консалтинга в системе деятельности связей с общественностью, знакомство с методологическими основами консалтинговой PR-деятельности в политических процессах современного мира.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

История и методологические основы политического консалтинга. Модели политического консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-политических процессов в

консалтинге. Консалтинг в структуре политического менеджмента. Технологии создания имиджа публичного политика, политической организации. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе политического общения. Консультирование избирательных кампаний. Методы формирования электорального поведения.

Консультирование в сфере государственного и муниципального управления

Цель освоения дисциплины

Формирование общетеоретических представлений о характере и специфике консультирования в системе деятельности связей с общественностью, знакомство с методологическими основами консалтинговой PR-деятельности в сфере государственного и муниципального управления.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Краткое содержание дисциплины

История и методологические основы консультирования. Модели консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-политических процессов в консалтинге. Консалтинг в структуре менеджмента в сфере государственного и муниципального управления. Технологии создания имиджа публичного политика, руководителя органов государственного и муниципального управления. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе общения с гражданами. Консультирование избирательных и имиджевых кампаний.

Формирование навыков чтения профессионально ориентированного текста (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Формирование устойчивых навыков и умений чтения специализированных текстов на английском языке.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

Формирование целевых умений чтения профессионально ориентированного текста осуществляется в рамках тематических комплексов (модулей) II семестра: Мой дом (реклама жилых и офисных помещений, мебели, бытовой техники), Времена года, климат России и англоязычных стран (реклама туров, отелей, достопримечательностей).

Речевой этикет профессионального общения на английском языке

Цель освоения дисциплины

Изучение языковых различий и особенностей сферы профессионального (делового) общения в устной и письменной коммуникации с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка в сфере бизнеса.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

Формированию подлежат следующие умения: стилистически (с точки зрения выбора грамматических структур и лексических единиц) и композиционно правильно оформлять различные виды официального письма и устного высказывания: letter of invitation, letter of acceptance/refusal, postcard, letter of application; introducing yourself and others, talking about what you do, asking about someone's job, telephoning, taking/leaving a message.

Формирование навыков аудирования (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Формирование умений слушания с общим охватом содержания и селективного аудирования.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

Формирование целевых умений аудирования на иностранном языке осуществляется на основе коротких, аутентичных, четко структурированных монотематических текстов, имеющих художественную или профориентационную ценность.

Формирование навыков письменной коммуникации (на английском языке)

Цель освоения дисциплины

Углубленное формирование навыков и умений письменной коммуникации на иностранном языке.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

Формирование целевых умений письменной коммуникации на иностранном языке осуществляется в рамках тематических комплексов II семестра. Виды письменных сообщений: письмо частное, сочинение на заданную тему.

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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.

Иностраный (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

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Краткое содержание дисциплины

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

Элективные дисциплины по физической культуре и спорту

Игровые виды спорта

Цель освоения дисциплины

Формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда. Развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья. Формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно оздоровительной деятельностью. Освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Объем дисциплины – 328 академических часов.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание дисциплины

Индивидуальные и командные спортивные игры (волейбол, баскетбол, футбол) проводятся по правилам, установленным для каждого вида спорта. На занятиях студенты изучают и совершенствуют индивидуальные и командные технические и тактические навыки для

последующего применения на практике. Обучение организации самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности. Спортивные соревнования как средство и метод общей физической, профессионально-прикладной, спортивной подготовки студентов.

Легкая атлетика

Цель освоения дисциплины

Формирование физической культуры личности будущего профессионала, востребованного на современном рынке труда. Развитие физических качеств и способностей, совершенствование функциональных возможностей организма, укрепление индивидуального здоровья. Формирование устойчивых мотивов и потребностей в бережном отношении к собственному здоровью, в занятиях физкультурно-оздоровительной и спортивно-оздоровительной деятельностью. Освоение системы знаний о занятиях физической культурой, их роли и значении в формировании здорового образа жизни и социальных ориентаций.

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина по выбору относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений (элективные дисциплины). Объем дисциплины – 328 академических часов.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

Краткое содержание дисциплины

Обучение двигательным действиям и развитие общей, скоростно-силовой и силовой выносливости посредством беговых и других легкоатлетических упражнений. Развитие физических качеств (быстрота, прыгучесть, ловкость, координация). Формирование психических качеств в процессе физического воспитания. Обучение организации самостоятельных занятий физическими упражнениями различной направленности. Спортивные соревнования как средство и метод общей физической, профессионально-прикладной, спортивной подготовки студентов.

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

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции):

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

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

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

Краткое содержание дисциплины

Правила орфоэпии и орфографии. Представление. Моя семья. Еда и напитки. Мой рабочий день. Мое свободное время. Квартира. У врача. Городская среда. Покупки и подарки. Германия. Внешний вид и характер. Образование и профессия. Радио и телевидение. Семейные традиции. Путешествия.

Русский язык в социокультурном аспекте

Цель освоения дисциплины

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

Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

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

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

Краткое содержание дисциплины

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

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

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

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

Краткое содержание дисциплины

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.

5.5. Аннотация программы практик

Полнотекстовые программы практик, включая оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представлены в документации выпускающей кафедры.

Производственная практика (преддипломная практика)

Цель практики

Целью производственной практики (преддипломной практики) является создание профессиональной атмосферы, необходимой для выполнения конкретных задач в сфере рекламы и связей с общественностью, а также для написания выпускной квалификационной работы.

Место практики в структуре ОПОП

Данный вид практики относится к обязательной части Блока 2 «Практика». Трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц.

Планируемые результаты практики

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-6. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-7. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Содержание и порядок прохождения практики

Понимание цели и задач преддипломной практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике. Усвоение правил и норм профессиональной деятельности во время прохождения практики. Ознакомление с организацией и управлением предприятия, определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы.

Анализ деятельности предприятия в зависимости от темы ВКР Определение практической пользы преддипломной практики для студента. Конкретизация и поэтапное выполнение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики. Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики. Решение определённых задач, сформулированных с помощью научного руководителя ВКР. Сбор необходимой информации, её обработка Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики. Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером универсальных и профессиональных компетенций в период преддипломной практики на предприятии. Представление материала, собранного в ходе практики в виде глав дипломной работы.

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

Цель 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 организационная, авторская, маркетинговая, технологическая, социально-просветительская, редакторская.

Место практики в структуре ОПОП

Данный вид практики относится к обязательной части Блока 2 «Практика». Трудоемкость практики составляет 12 зачетных единиц.

Планируемые результаты практики

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-6. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-7. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

Содержание и порядок прохождения практики

Понимание цели и задач практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике. Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики. Ознакомление с организацией и управлением предприятия, определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов услуг, схема организации управления и т.д.). Понимание своего места и роли в организации; описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Обсуждение и конкретизация перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики. Их поэтапное выполнение. Изучение организации маркетинговой деятельности на предприятии. Анализ и оценка конкурентоспособности предприятия. Анализ продукции и услуг (в сравнении с конкурентами). Характеристика факторов макросреды, существенных для организации. Характеристика факторов микросреды организации (основные конкуренты, потребители, поставщики, контрагенты). Характеристика позиционирования организации (по отношению к конкурентам, к потребителям).

Разработка плана маркетинговой деятельности на предприятии; Разработка товарной стратегии предприятия. Изучение кадрового потенциала организации (профессиональный состав, квалификационный и образовательный уровень); Изучение процесса подбора кадров, системы материального и нематериального стимулирования; Разработка рекомендаций по совершенствованию управленческого труда. Работа с клиентами с учетом инновационных технологий. Выявление элементов производственной практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика)

Цель 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 в таких сферах профессиональной деятельности, как организационная, авторская, маркетинговая, технологическая, социально-просветительская, редакторская.

Место практики в структуре ОПОП

Данный вид практики относится к части Блока 2 «Практика», формируемой участниками образовательных отношений. Трудоемкость практики составляет 9 зачетных единиц.

Планируемые результаты практики

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

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

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

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

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

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

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

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

ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

Содержание и порядок прохождения практики

Понимание цели и задач учебной практики; ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; изучение Положения о практике. Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики. Ознакомление с организацией и управлением предприятия, определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов услуг, схема организации управления и т.д.). Понимание своего места и роли в организации; описание собственных функциональных обязанностей стажера; определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью. Обсуждение и конкретизация перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики. Их поэтапное выполнение номенклатуры предлагаемых организацией услуг; выявление конкурентных преимуществ данной компании на региональном и федеральном рынках; изучение методов планирования и прогнозирования, используемых компанией; общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; общая характеристика бизнес-планов, имеющихся у организации. Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики. Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период учебной практики. Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

5.6. Характеристика фондов оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Оценочные средства формируются в соответствии с основной профессиональной образовательной программой и планируемыми результатами ее освоения. К планируемым результатам освоения ОПОП в обязательном порядке относятся следующие компетенции: универсальные и общепрофессиональные компетенции, а также обязательные профессиональные компетенции, установленные ПООП (при наличии) и соотнесенные с типами задач профессиональной деятельности.

При формировании фонда оценочных средств для каждой компетенции принимаются во внимание индикаторы ее достижения. Допускается полное и частичное формирование компетенций отдельными дисциплинами (модулями) и практиками или комплексно всей программой.

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

Студенты НГЛУ при промежуточной аттестации имеют не более 10 форм контроля в семестр. В указанное число не входят зачеты по элективным дисциплинам по физической культуре и спорту и факультативным дисциплинам.

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. Фонды оценочных средств включают в себя материалы для текущих и промежуточных аттестаций, которые могут проводиться как в устной, так и в письменной форме, в том числе с применением интерактивных и онлайн технологий.

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, представлены в приложении к рабочим программам дисциплин в электронной системе ПО «РПД» MMISLAB (Программное обеспечение «Рабочие программы дисциплин»).

5.7. Государственная итоговая аттестация выпускников основной профессиональной образовательной программы

1. В соответствии с Законом Российской Федерации «Об образовании» освоение образовательных программ высшего образования в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» завершается обязательной государственной итоговой аттестацией выпускников, обучающихся по всем формам получения высшего образования и успешно освоивших основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

2. Основными формами государственной итоговой аттестации являются подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, подготовка к процедуре защиты и защита ВКР.

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

5. Программы итоговых экзаменов (по отдельным дисциплинам, итоговый междисциплинарный экзамен и т.п.) и методические рекомендации по подготовке и защите выпускных квалификационных работ критерии их оценки утверждаются методическим объединением кафедр.

6. К участию в работе государственной экзаменационной комиссии привлекаются работодатели, высококвалифицированные специалисты.

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. Успешное прохождение государственной итоговой аттестации является основанием для выдачи выпускнику документа о высшем образовании и о квалификации образца, установленного Минобрнауки России.

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

6.1. Требования к условиям реализации программы бакалавриата

Требования к условиям реализации программы бакалавриата включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

6.2. Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата.

6.2.1. НГЛУ располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

6.2.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде НГЛУ из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»), как на территории НГЛУ, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

Электронная информационно-образовательная среда НГЛУ обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;

- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда НГЛУ дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;

- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий; взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды должно соответствовать законодательству Российской Федерации.

6.2.3. При реализации программы бакалавриата в сетевой форме требования к реализации программы бакалавриата должны обеспечиваться совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы бакалавриата в сетевой форме.

6.3. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

6.3.1. Помещения представляет собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей). Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду НГЛУ. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

6.3.2. НГЛУ обеспечена необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

6.3.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.3.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

6.3.5. Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

6.4. Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата

6.4.1. Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками НГЛУ, а также лицами, привлекаемыми НГЛУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

6.4.2. Квалификация педагогических работников НГЛУ отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках, и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

6.4.3. Не менее 70 процентов численности педагогических работников НГЛУ, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых НГЛУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям) ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

6.4.4. Не менее 5 процентов численности педагогических работников НГЛУ, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых НГЛУ к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

6.4.5. Не менее 60 процентов численности педагогических работников НГЛУ и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности НГЛУ на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

6.5. Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата

6.5.1. Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата должно осуществляться в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования - программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

6.6. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата

6.6.1. Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой НГЛУ принимает участие на добровольной основе.

6.6.2. В целях совершенствования программы бакалавриата НГЛУ при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников НГЛУ.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

6.6.3. Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО с учетом соответствующей ПООП.

6.6.4. Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников, отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

РАЗДЕЛ 7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

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

доцент кафедры философии, социологии и теории социальной коммуникации кандидат философских наук Ротанова М.Б.

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 части Блока 1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений, 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.А., руководитель исполкома Нижегородского отделения Общероссийского народного фронта.

Согласовано с первым проректором кандидатом филологических наук доцентом Зиновьевой И.Ю.