Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
Иванов А.Г.
подпись
«30» июня 2017 г.

Решение ученого совета от 30.06.2017г. № 11

ОСНОВНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки)

Направленность (профиль) подготовки
Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления
(наименование направленности (профиля) подготовки)

Тип образовательной программы
прикладная
(прикладная, академическая)

Форма обучения заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация – бакалавр

Краснодар - 2017 г.

Основная образовательная программа (ООП) составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль (направленность) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления», утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 997 от 11 августа 2016 г.

Разработчики ООП:

1.Патюкова Р.В., профессор, д.ф.н., доцент _____ подпись
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

2. Немец Г.Н., доцент, к.ф.н., доцент _____ подпись
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

3. Демина Л.И., профессор, д.ф.н., профессор _____ подпись
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

4.Долакова Е.В., ведущий аналитик по информационной безопасности ООО «Ланит-Юг» _____ подпись
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

5.Зосим М.И., руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА» _____ подпись
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание

Основная профессиональная образовательная программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
«15» июня 2017 г. протокол № 11-17
И.о. заведующего кафедрой _____ Немец Г.Н.
подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета
«21» июня 2017 г., протокол № 07-17
Председатель УМК факультета _____ Патюкова Р.В.
подпись

Эксперт (рецензент):

1. Генеральный директор консалтинговой группы «Династия PR» Зенченко О.В. _____

2. Главный специалист отдела пропаганды и развития новых технологий ГКУ КК (Агентство ТЭК министерства топливно-энергетического комплекса и жилищно-коммунального хозяйства, магистр журналистики Паншута Ю.А. _____

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1.Основная образовательная программа высшего образования (ООП ВО) бакалавриата реализуемая ФГБОУ ВО «КубГУ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку образовательной программы бакалавриата

1.3. Общая характеристика программы бакалавриата

1.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы бакалавриата.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПРОФИЛЬ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

2.1. Область профессиональной деятельности выпускников.

2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускников.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускников.

2.3.1. Тип программы бакалавриата

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускников.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

3.1.Результат освоения программы бакалавриата

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПРОФИЛЬ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

4.1. Учебный план.

4.2. Календарный учебный график.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей).

4.4. Рабочие программы практик, в том числе, научно-исследовательской работы (НИР).

4.5. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТАПРОФИЛЬ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. (Характеристика условий реализации программы бакалавриата).

5.1. Кадровые условия реализации программы бакалавриата

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации программы бакалавриата.

5.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в вузе при реализации программы бакалавриата.

5.4. Финансовые условия реализации программы бакалавриата.

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

7.1 Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ООП.

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

7.3. Государственная итоговая аттестация выпускников программы бакалавриата.

8. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ.

ПРИЛОЖЕНИЯ:

Приложение 1 Учебный план и календарный учебный график.

Приложение 2. Аннотации к рабочим программ учебных дисциплин (модулей)

Приложение 3. Рабочие программы практик.

Приложение 4. Программа государственной итоговой аттестации.

Приложение 5. Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ООП ВО.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1.Основная образовательная программа высшего образования (ООП ВО) бакалавриата, реализуемая ФГБОУ ВО «КубГУ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленности (профилю) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления ООП ВО представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» с учетом требований регионального рынка труда.

Основная образовательная программа высшего образования (ООП ВО), в соответствии с п.9.ст 2.гл 1 Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации», представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки.

Основная образовательная программа высшего образования (уровень бакалавриата) по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профилю) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления) включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных предметов, дисциплин (модулей), программы практик, программу государственной итоговой аттестации (ГИА) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также оценочные и методические материалы.

Образовательная деятельность по программе бакалавриата на государственном языке Российской Федерации – русском языке.

1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку образовательной программы бакалавриата.

Нормативно-правовую базу разработки ООП ВО бакалавриата составляют:

- Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».
- Федеральный закон Российской Федерации от 31 декабря 2014 г. № 500 – ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «11» августа 2016 г. №_997, зарегистрированный в Минюсте России «25» августа 2016 г. №_43414.
- Приказ Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».
- Приказ Минобрнауки России от 20 июля 2016 г. № 884 «О значениях базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг в сфере образования и науки, молодежной политики, опеки и попечительства несовершеннолетних граждан и значений отраслевых корректирующих коэффициентов к ним».
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России, включая «Требования к организации образовательного процесса для обучения лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса» (утв. Минобрнауки 26.12.2013г. № 06-2412 вн), «Методические рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» (утв. Минобрнауки 08.04.2014 №АК44/05 вн).
- Устав ФГБОУ ВО «КубГУ».
- Нормативные документы по организации учебного процесса в КубГУ (https://www.kubsu.ru/ru/node/24).

1.3. Общая характеристика программы бакалавриата

1.3.1. Цель (миссия) программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Цель ООП:

Включить обучающихся в медийное поле страны в качестве его активных участников, пропагандирующих идеи рекламы и связей с общественностью и использующих передовые коммуникативные технологии, а также в формировании навыков практической деятельности в области организации работы проектных команд, обеспечения средств и методов реализации проектов, разработки, подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы, а также подготовки проектной и сопутствующей документации.

Подготовка в области основ в области гуманитарных, социальных, культурологических, правовых,

экономических и естественнонаучных знаний, получение высшего профильного образования, позволяющего выпускнику успешно работать в избранной сфере деятельности, обладать общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда.

Подготовка выпускника, который обладает высокой гражданской позицией и ответственностью, учитывает высокую степень влияния интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) на развитие культуры, жизненных ценностей и ориентиров, а также языка населения, имеет высокие стандарты требований.

В области личностного воспитания целю ООП ВО является: подготовка выпускника, обладающего целеустремленностью, организованностью, трудолюбием, ответственностью, гражданственностью, коммуникабельностью, толерантностью, высокой общей культурой. Выпускник должен уметь выражать свое мнение, отношение к тому или иному событию, уметь критически осмысливать явления и процессы современного общества, владеть способностью к самокритике. Выпускник должен выработать навыки, связанные с процессами планирования, подготовки и проведения как отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, так и коммуникационных кампаний в соответствии с целями и задачами организации (и/или фирмы) на основе результатов исследований. Принимать социальные и этические обязательства, обладать когнитивными способностями. Уметь планировать работу, выстраивать стратегии обучения, принятия решений и разрешения проблем; может применить технические умения, выработать навыки использования техники, компьютерные навыки, должен демонстрировать способность написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

ООП ВО направления подготовки прикладного бакалавриата 42.03.01 Реклама и связи с общественностью относится к профилю Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

1.3.2. Срок освоения ООП бакалавриата

Срок получения образования по программе бакалавриата в заочной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, вне зависимости от применяемых образовательных технологий составляет 4,6 лет.

1.3.3. Трудоемкость ООП бакалавриата

Трудоемкость освоения обучающимися ООП ВО за весь период обучения в соответствии с ФГОС ВО составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения (в том числе ускоренное обучение), применяемых образовательных технологий и включает все виды контактной и самостоятельной работы обучающегося, практики, НИР и время, отводимое на контроль качества освоения студентом ООП ВО.

1.3.4. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения программы бакалавриата

Абитуриент должен иметь документ установленного государством образца о среднем (полном) общем образовании или среднем профессиональном образовании.

Дополнительные требования к абитуриенту: наличие определенных творческих способностей: умения четко, логично и структурировано изложить собственное мнение, плавно переходя от тезиса к тезису, с учетом лексических и стилистических норм русского языка.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПРОФИЛЬ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

2.1. Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

техники и технологии массовых, деловых и профессиональных коммуникаций;

технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;

общественное мнение.

2.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;

негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;

научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

производственные и сервисные предприятия.

2.3. Виды профессиональной деятельности выпускников.

Виды профессиональной деятельности определяются совместно с заинтересованными

работодателями исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов ФГБОУ ВО «КубГУ».

Программа бакалавриата формируется в зависимости от видов деятельности и требований к результатам освоения образовательной программы:

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

Виды профессиональной деятельности определяются совместно с заинтересованными работодателями исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов ФГБОУ ВО «КубГУ».

Программа бакалавриата формируется в зависимости от видов деятельности и требований к результатам освоения образовательной программы, основным видом деятельности по данному профилю подготовки является коммуникационная деятельность в области рекламы и связей с общественностью. В рамках направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» реализуется профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» с углубленным изучением дисциплин, подготавливающих к профессиональной деятельности в сфере федеральных органов государственной власти и органов местного самоуправления.

2.3.1. Тип программы бакалавриата

Программа бакалавриата ориентирована на коммуникационный вид профессиональной деятельности как основной (прикладной бакалавриат).

2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускников.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, в соответствии с видом профессиональной деятельности, на которой (которые) ориентирована программа бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

Организационно-управленческая деятельность:

– участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

– участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе.

Проектная деятельность:

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

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

Коммуникационная деятельность:

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

– участие в формировании и поддержании корпоративной культуры.

Рекламно-информационная деятельность:

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

Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

– участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

– написание аналитических справок, обзоров, прогнозов.

Информационно-технологическая деятельность:

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

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

– участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

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

3.1.Результат освоения программы бакалавриата**:**

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

проектная деятельность:	
ПК 4	владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
ПК 5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации
коммуникационная деятельность:	
ПК 6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
ПК 7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий
рекламно-информационная деятельность:	
ПК 8	способностью организовывать подготовку к выпуску производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:	
ПК 9	способностью проводить маркетинговые исследования
ПК 10	способностью организовывать и проводить социологические исследования
ПК 11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
информационно-технологическая деятельность:	
ПК 12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
ПК 13	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
ПК 14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
ПК 15	владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
ПК 16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. ДОКУМЕНТЫ, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩИЕ СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПРОФИЛЬ РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБШЕСТВЕННОСТЬЮВ СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.

В соответствии с п.9 статьи 2 Федерального закона от 29 декабря 2012 года «Об образовании в Российской Федерации» ФЗ-273 и ФГОС ВО содержание и организация образовательного процесса при реализации ООП ВО регламентируется: учебным планом, календарным учебным графиком, рабочими программами учебных дисциплин (модулей), программами практик, включая программу НИР и программу преддипломной, другими материалами, иных компонентов, включенных в состав образовательной программы по решению методического совета ФГБОУ ВО «КубГУ», обеспечивающих качество подготовки и воспитания обучающихся; а также оценочными и методическими материалами.

4.1. Учебный план.

Рабочий учебный план разработан с учетом требований к структуре ООП и условиям реализации основных образовательных программ, сформулированными в блоках VI, VII ФГОС ВО по направлению

подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

В учебном плане отображается логическая последовательность освоения блоков ОПП (дисциплин, модулей, практик), обеспечивающих формирование компетенций. Указывается общая трудоемкость дисциплин, модулей, практик в зачетных единицах, а также их общая и аудиторная трудоемкость в часах.

В базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули») указывается перечень базовых дисциплин (модулей), являющихся обязательными для освоения обучающимися вне зависимости от направленности (профиля) программы бакалавриата, которую он осваивает.

Дисциплины (модули) про философии, иностранному языку, истории, безопасности жизнедеятельности реализуются в рамках базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части программы бакалавриата и практики, определяют направленность (профиль) программы бакалавриата. В вариативной части Блока 1 представлены перечень и последовательность дисциплин (модулей). После выбора обучающимся направленности (профиля) программы набор соответствующих дисциплин (модулей) и практик становится обязательным для освоения обучающимся.

Учебный план с календарным учебным графиком представлен в макете УП (ИМЦА г. Шахты). Копия учебного плана с календарным учебным графиком представлена в Приложении 1.

4.2. Календарный учебный график.

В календарном учебном графике указана последовательность реализации ООП по годам, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, каникулы.

Учебный план с календарным учебным графиком представлен в макете УП (ИМЦА г. Шахты). Копия учебного плана с календарным учебным графиком представлена в Приложении 1.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей).

В виду значительного объема материалов, в ООП приводятся аннотации рабочих программ всех учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) как базовой, так и вариативной частей учебного плана, включая дисциплины по выбору студента.

Аннотации рабочих программ приведены в Приложении 2.

4.4. Рабочие программы практик.

В соответствии с ФГОС ВО (п.6.7) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в Блок 2 «Практики» входят учебная и производственная, в том числе преддипломная, практики.

Блок 2 «Практики» является вариативным и разрабатывается в зависимости от вида (видов) деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата. Данный блок представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

4.4. Рабочие программы практик.

В соответствии с ФГОС ВО (п.6.7) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в Блок 2 «Практика» входят учебная, производственная и преддипломная практики.

Блок 2 «Практики» является вариативным и разрабатывается в зависимости от вида (видов) деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата. Данный блок представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Практики закрепляют знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения теоретических дисциплин, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

4.4.1. Рабочие программы практик.

При реализации данной бакалаврской программы предусматриваются следующие практики в соответствии с ФГОС ВО:

Типы учебной практики: первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Типы производственной практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, преддипломная практика.

а) Учебная практика: первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности (стационарная, выездная), 1 курс, 3 сессия, 9 зачетных единиц;

б) Учебная практика: вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской

деятельности (стационарная, выездная), 2 курс, 3 сессия, 9 зачетных единиц;

в) Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (стационарная, выездная) 3 курс, 3 сессия, 12 зачетных единиц;

г) Производственная практика: преддипломная практика (стационарная, выездная) 4 курс, 3 сессия; 5 курс, 2 сессия, 27 зачетных единиц.

Базы для прохождения практики студентов по профилю подготовки Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления:

1. ООО «5 углов», г.Санкт-Петербург
2. Пресс-служба Министерства образования и науки, г.Краснодар
3. ГУП КК «ТРК «НТК», г.Краснодар
4. ООО «Юга.ру», г.Краснодар
5. ООО «СпецПроект», г.Краснодар
6. Журнал «Судебные ведомости», г.Краснодар
7. Интернет-портал «Кубанский спорт», г.Краснодар
8. Управление Федеральной службы судебных приставов по Краснодарскому краю, г.Крснодар
9. ООО «Окей пресс», г.Краснодар
10. Мультивидеопортал «Юнпресс», г.Москва
11. Отдел по связям с общественностью благотворительного фонда «Край добра», г.Краснодар
12. Издательский дом «Просвещение», г.Москва
13. ООО «ОК-Пресс», г.Краснодар
14. ООО «Нестле Кубань», пресс-служба, г.Тимашевск
15. ООО «РН-Морской терминал Туапсе», пресс-служба, г.Туапсе
16. Редакция газеты «Кубанский университет» ФГБОУ ВО «КубГУ»
17. Учебная телестудия факультета журналистики ФГБОУ ВО «КубГУ»
18. Учебная радиостудия факультета журналистики ФГБОУ ВО «КубГУ»
19. Кафедра рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «КубГУ»

При определении мест прохождения практики обучающимися с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами учитываются рекомендации, содержащиеся в заключении психолого-медико-педагогической комиссии, или рекомендации медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации и абилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения учебной практики согласуется с требованием их доступности для данных обучающихся.

Формы проведения практик для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья могут быть установлены с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья, предусмотрены разные варианты проведения занятий: в КубГУ (в группе и индивидуально) и/или на дому с использованием дистанционных образовательных технологий с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося.

В приложении 3 представлены рабочие программы практик.

Способы проведения практик: стационарная; выездная.

Форма проведения практики – дискретно.

4.5. Особенности организации образовательного процесса по образовательным программам для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Организация образовательного процесса лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов осуществляется в соответствии с «Требованиями к организации образовательного процесса для обучения лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса» (утверждены Минобрнауки 26.12.2013г. № 06-2412 вн), «Методическими рекомендациями по организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в образовательных организациях высшего образования, в том числе оснащенности образовательного процесса» (Утверждены Минобрнауки 08.04.2014 №АК-44/05 вн) и Положением «Об организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья».

Инвалид при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет индивидуальную программу реабилитации или абилитации инвалида с рекомендацией об обучении по данному направлению подготовки (или специальности), содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения, а также сведения относительно рекомендованных условий труда. Лицо с ограниченными возможностями здоровья при поступлении на адаптированную образовательную программу предъявляет заключение психолого-медико-педагогической комиссии с рекомендацией об обучении по данному направлению подготовки (или специальности), содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения. Зачисление на обучение по ООП ВО осуществляется по личному заявлению поступающего инвалида или поступающего с ограниченными возможностями здоровья на основании рекомендаций, данных по результатам медико-социальной экспертизы или психолого-медико-педагогической комиссии.

Дисциплины учебного плана поддерживают изучение базовой и вариативной части образовательной программы, направлены на социализацию, профессионализацию и адаптацию обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, способствуют их адекватному профессиональному самоопределению, возможности самостоятельного построения индивидуальной образовательной траектории. Адаптационные модули (дисциплины) в зависимости от конкретных обстоятельств (количество обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов, их распределение по видам и степени ограничений здоровья – нарушения зрения, слуха, опорно-двигательного аппарата, соматическое заболевание) могут вводиться в учебные планы как для группы обучающихся, так и в индивидуальные планы.

При этом каждый модуль, в свою очередь, может варьироваться для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, сгруппированных в зависимости от видов ограничений их здоровья.

Адаптационные модули не являются обязательными, их выбор осуществляется студентами с ограниченными возможностями здоровья и инвалидами в зависимости от их индивидуальных потребностей и фиксируется в индивидуальном учебном плане. Студент может выбрать любое количество адаптационных модулей – как все, так и ни одного.

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрен особый порядок освоения дисциплин (модулей) по физической культуре и спорту, с учетом состояния их здоровья.

Согласно требованиям ФГОС 42.03.01 Реклама и связи с общественностью обучающимся обеспечивается возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору, в том числе специальные условия инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья, в объеме не менее 30% вариативной части Блока 1 Дисциплины(модули). К реализации ООП ВО возможно привлекать тьюторов, психологов (педагогов-психологов, специальных психологов), социальных педагогов (социальных работников), специалистов по специальным техническим и программным средствам обучения, а также при необходимости сурдопедагогов, сурдопереводчиков.

Для создания наиболее благоприятных условий использования образовательных ресурсов лицами с ограниченными возможностями здоровья, в электронно-библиотечных системах (ЭБС), доступ к которым организует библиотека, предусмотрены следующие сервисы: ЭБС «Университетская библиотека онлайн» (http://www.biblioclub.ru) Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г. (автоматическая пролонгация действия договора).

Многоуровневая система навигации ЭБС позволяет оперативно осуществлять поиск нужного раздела. Личный кабинет индивидуализирован, каждый пользователь имеет личное пространство с возможностью быстрого доступа к основным смысловым узлам.

При чтении масштаб страницы можно увеличить, использовать полноэкранный режим отображения книги или включить озвучивание текста непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа, например, Jaws, «Balabolka».

Скачиваемые фрагменты в формате pdf, содержащие подтекстовый слой, достаточно высокого качества и могут использоваться телепрограммами для голосового озвучивания текстов, быть загружены в тифлоплееры (устройства для прослушивания книг), а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

В ЭБС представлена медиатека, которая включает в себя около 3000 тематических

аудиокниг различных издательств. В 2017 году контент ЭБС начал пополняться книгами и учебниками в международном стандартизированном формате Daisy для незрячих, основу которого составляют гибкая навигация и защищенность контента. Количество таких книг и учебников в ЭБС увеличивается ежемесячно.

ЭБС издательства «Лань» (https://e.lanbook.com) Договор № 99 от 30 ноября 2017 г. (автоматическая пролонгация действия договора).

Реализована возможность использования читателями мобильного приложения, позволяющего работать в режиме оффлайн для операционных систем iOS и Android. Приложение адаптировано для использования незрячими пользователями: чтение документов в формате PDF и ePUB, поиск по тексту документа, оффлайн-доступ к скачанным документам. Функция «Синтезатор» позволяет работать со специально подготовленными файлами в интерактивном режиме: быстро переключаться между приложениями, абзацами и главами, менять скорость воспроизведения текста синтезатором, а также максимально удобно работать с таблицами в интерактивном режиме.

ЭБС «Юрайт» (https://biblio-online.ru), ЭБС «ZNANIUM.COM» (http://znanium.com), Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г. (автоматическая пролонгация действия договора).

ЭБС «Book.ru» (https://www.book.ru) Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г. (автоматическая пролонгация действия договора).

В ЭБС имеются специальные версии сайтов для использования лицами с ограничениями здоровья по зрению. При чтении книг и навигации по сайтам применяются функции масштабирования и контрастности текста. На сайте КубГУ также имеется специальная версия для слабовидящих, позволяющая лицам с ограничениями здоровья по зрению просматривать страницы и документы с увеличенным шрифтом и контрастностью, что делает навигацию по страницам сайта, том числе и Научной библиотеки, более удобным.

5. ФАКТИЧЕСКОЕ РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ (характеристика условий реализации программы бакалавриата)

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

5.1. Кадровые условия реализации программы бакалавриата

Реализация программы бакалавриата обеспечивается руководящими и научно-педагогическими работниками ФГБОУ ВО «КубГУ», а также лицами, привлекаемыми к реализации программы на условиях гражданско-правового договора.

Квалификация руководящих и научно-педагогических работников ФГБОУ ВО «КубГУ», участвующих в реализации ООП соответствует квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей, специалистов высшего профессионального образования», утвержденном приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 11 января 2011г. №1н (зарегистрированным Минюстом Российской Федерации 23 марта 2011г. регистрационный номер №20237) и профессиональным стандартом «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования», утвержденным Приказом Минтруда России от 08.09.2015 № 608н и зарегистрированным в Минюсте России 24.09.2015 № 38993), что подтверждается обучением всех НПР основам охраны труда, повышением квалификации НПР по программам дополнительного профессионального образования по профилю педагогической деятельности один раз в три года.

К преподаванию дисциплин, предусмотренных учебным планом ООП ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» привлечено 32 человек.

Требования ФГОС ВО к кадровым условиям реализации ООП	Показатели по ООП	Показатели ФГОС ВО
Доля штатных научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок)	82,5 %	не менее 50%
Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих ученую степень (в том числе ученую степень, присвоенную за рубежом и признаваемую в Российской Федерации) и/или ученое звание (в том числе ученое звание, полученное за рубежом и признаваемое в Российской Федерации), в общем числе научно-педагогических работников, реализующих образовательную программу	65,3%	не менее 50%
Доля научно-педагогических работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок), имеющих образование, соответствующие профилю преподаваемой дисциплины (модуля), в общем числе научно педагогических работников, реализующих образовательную программу	90,7%	не менее 70%
Доля работников (в приведенных к целочисленным значениям ставок) из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет) в общем числе работников, реализующих образовательную программу	36,01%	не менее 10%

В соответствии с профилем данной ООП ВО выпускающей кафедрой является кафедра реклама и связей с общественностью.

5.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение образовательного процесса при реализации программы бакалавриата.

В соответствии с п. 7.1.2. ФГОС ВО каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронно-библиотечным системам:

ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 288 от 30 ноября 2016 г. С 01.01.17 по 31.12.17

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 3011/2016/1 от 30 ноября 2016г. С 01.01.17 по 31.12.17

ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор № 3011/2016 от 30 ноября 2016 г. С 20.01.17 по 19.01.18

ЭБС Издательства «Лань» http://e.lanbook.com/ ООО Издательство «Лань» Договор № 99 от 30 ноября 2017 г. С 01.01.18 по 31.12.18 С 20.01.18 по 19.01.19

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru ООО «Директ-Медиа» Договор № 0811/2017/3 от 08 ноября 2017 г. С 01.01.18 по 31.12.18

ЭБС «Юрайт» http://www.biblio-online.ru ООО Электронное издательство «Юрайт» Договор №0811/2017/2 от 08 ноября 2017 г. С 09.01.18 по 31.12.18

ЭБС «BOOK.ru» https://www.book.ru ООО «КноРус медиа» Договор № 61/223-ФЗ от 09 января 2018 г. С 01.01.18 по 31.12.18

ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com ООО «ЗНАНИУМ» Договор № 1812/2017 от 18 декабря 2017 г. С 01.01.18 по 31.12.18

Электронно-библиотечные системы содержат издания по всем изучаемым дисциплинам, и сформированной по согласованию с правообладателем учебной и учебно-методической литературой. Электронно-библиотечная система обеспечивает возможность индивидуального доступа, для каждого обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет как на территории ФГБОУ ВО «КубГУ», так и вне ее. При этом, одновременно имеют индивидуальный доступ к такой системе (*системам*) не менее 25%. Электронно-библиотечной система (электронная библиотека) университета обеспечивает возможность индивидуального доступа каждого обучающегося из любой точки вуза, в которой имеется доступ к сети Интернет.

Для обучающихся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных, информационным справочным и поисковым системам. Перечень профессиональных баз данных, информационных справочных и поисковых систем ежегодно обновляется. Его состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей), программ практик:

Единая информационно-образовательная среда Кубанского государственного университета реализована на базе университетского портала http://www.kubsu.ru, объединяющего основные автоматизированные информационные системы, обеспечивающие образовательную и научно-исследовательскую деятельность вуза:

- Автоматизированная информационная система «Управления персоналом»;
- «База информационных потребностей» (http://infoneeds.kubsu.ru), содержащая всю информацию об учебных планах и рабочих программах по всем направлениям подготовки, данные о публикациях и научных достижениях преподавателей.
- Автоматизированная информационная система «Приемная кампания», обеспечивающая обработку данных абитуриентов.
- Базы данных научных исследований и интеллектуальной собственности.
- Интегрированная автоматизированная информационная система «Управление учебным процессом».
- Два раздела среды динамического модульного обучения (http://moodle.kubsu.ru и http://moodlews.kubsu.ru), используемые для создания электронных учебных курсов и их применения в учебном процессе.
- Электронное хранилище документов (http://docspace.kubsu.ru), предназначенное для размещения документов диссертационных советов и электронных учебников.
- Электронная среда для совместной работы по созданию информационных ресурсов (http://wiki.kubsu.ru).

Система проведения вебинаров на базе программного продукта CiscoWebex позволяет использовать дистанционные технологии в учебном процессе.

Студенты и преподаватели имеют персональные пароли доступа к университетской сети, использование которых позволяет получить доступ к университетской сети Wi-Fi и личным кабинетам, работать в компьютерных классах, используя лицензионное прикладное программное обеспечение, получать доступ из дома к университетским информационным Система личных кабинетов позволяет автоматически сформировать общедоступное личное портфолио, реализовать доступ к информационным ресурсам вуза, автоматизировать передачу информации различным группам пользователей. Реализовано управление информационными потоками, обеспечивающее информационное взаимодействие между различными службами вуза.

По данным мирового вебометрического рейтинга вузов по данным за июль 2017 г. (см. http://www.webometrics.info/) вебсайт КубГУ занимает 34 место среди российских вузовВ электронном портфолио обучающегося, являющегося компонентом электронной информационно-образовательной среды в соответствии с ФГОС ВО фиксируется ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы магистратурыкаждого обучающегося.

Библиотечный фонд укомплектован печатными и/или электронными изданиями основной учебной литературы по всем дисциплинам (модулям), практикам, ГИА, указанных в учебном плане ООП ВО по магистерской программе «Международная проблематика».

В соответствии со стандартом библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), практик и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

5.3. Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в вузе при реализации программы бакалавриата

ФГБОУ ВО «КубГУ» располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинароной подготовки, практической и научно-исследовательских работ обучающихся, предусмотренных учебным планом по профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

Материально-техническое обеспечение реализации ООП ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления» включает:

№	Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Номера аудиторий / кабинетов
1.	Лекционные аудитории, специально оборудованные мультимедийными демонстрационными комплексами	202, 205, 302, 402
2.	Аудитории для проведения занятий семинарского типа	202, 205, 302, 402
3.	Компьютерные классы с выходом в Интернет на 15 посадочных мест	301
4.	Аудитории для выполнения научно-исследовательской работы (курсового проектирования)	301, 307, 310, 401, 410, 412
5.	Аудиторий для самостоятельной работы, с рабочими местами, оснащенными компьютерной техникой с подключением к сети «Интернет» и обеспечением неограниченного доступа в электронную информационно-образовательную среду организации для каждого обучающегося, в соответствии с объемом изучаемых дисциплин	401
6.	Учебные специализированные лаборатории и кабинеты, оснащенные лабораторным оборудованием Аудитория для практических занятий (Телестудия). Оснащена четырьмя монтажными станциями, 4мя видеокамерами со штативами и необходимым комплектом света к каждой. Светоотражатели, микшерный пульт, микрофон конденсаторный для записи звука. Аудитория для практических занятий (Радиостудия). оснащена звукозаписывающим оборудованием: студийными, конденсаторными микрофонами, микшерным пультом, усилителем каналов звука, монтажными станциями 3 оснащена комплектом студийного света, хромокеем для создания визуальных видеоэффектов, видеокамерами со штативами и комплектом накамерного света к ним, монтажными станциями. Аудитория для практических занятий (Фотостудия). 4 оснащена комплектом студийного фото-светового оборудования рабочими станциями с доступом в интернет.	 412 310 410
7.	Учебно-методический, ресурсный центр	306
8.	Методический кабинет или специализированная библиотека	401
9.	Специальное помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	405
10.	Помещение для проведения текущей и промежуточной аттестации	202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412

ФГБОУ ВО «КубГУ» обеспечен необходимым комплектом лицензионного программного обеспечения, состав которого определен в рабочих программах дисциплин (модулей), программ практик:

1. Подписка на 2017-2018 учебный год на программное обеспечение в рамках программы компании Microsoft “Enrollment for Education Solutions” для компьютеров и серверов Кубанского государственного университета и его филиалов.Лицензионный договор №77-АЭФ/223-ФЗ/2017 от 03.11.2017.

2. Предоставление бессрочных прав пользования прикладным программным обеспечением COMSOL Multiphysics ClassKit License. Лицензионный договор №51-АЭФ/223-2017 от 17.07.2017.

2. Предоставление бессрочных прав пользования прикладным программным обеспечением COMSOL Multiphysics ClassKit License. Лицензионный договор №51-АЭФ/223-2017 от 17.07.2017.

2. Предоставление бессрочных прав пользования прикладным программным обеспечением COMSOL Multiphysics ClassKit License. Лицензионный договор №51-АЭФ/223-2017 от 17.07.2017.

5.4. Финансовые условия реализации программы бакалавриата

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже установленных Министерством образования и науки Российской Федерации базовых нормативных затрат на оказание государственной услуги в сфере образования для данного уровня образования и направления подготовки с учетом корректирующих коэффициентов, учитывающих специфику образовательных программ в соответствии с Методикой определения нормативных затрат на оказание государственных услуг по реализации имеющих государственную аккредитацию образовательных программ высшего образования по специальностям и направлениям подготовки, утвержденной приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 августа 2013 г. N 638 (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 16 сентября 2013 г., регистрационный № 29967).

6. ХАРАКТЕРИСТИКИ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ ВУЗА, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕКУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ

1. Характеристики среды, важные для воспитания личности и позволяющие формировать общекультурные компетенции

Концепцию формирования социокультурной среды ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», обеспечивающей развитие общекультурных и социально-личностных компетенций обучающихся, определяют следующие нормативные документы:

- Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273;
- Устав ФГБОУ ВО «КубГУ»;
- Кодекс корпоративной культуры Кубанского государственного университета
- Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 29 ноября 2014 г. № 2403-р
- Правила внутреннего распорядка обучающихся Кубанского государственного университета;
- Положение О Совете обучающихся ФГБОУ ВО «КубГУ».

В университете сформирована благоприятная социокультурная среда, обеспечивающая возможность формирования общекультурных компетенций выпускника, разностороннего развития личности, а также непосредственно способствующая освоению основной образовательной программы соответствующего направления подготовки.

Социокультурная среда представляет собой пространство совместной жизнедеятельности студентов, преподавателей, сотрудников университета и ориентирована как на получение знаний, так и на формирование личности выпускника, способной принимать эффективные решения, нести ответственность. Социокультурная среда университета представляет собой совокупность факторов, влияющих на личностное и профессиональное становление студентов, их духовно-нравственное развитие, развитие творческих способностей, которые формируются через включение студентов в различные сферы жизнедеятельности университета.

Структурными элементами социокультурной среды вуза являются учебно-воспитательная, научно-исследовательская, досуговая сферы.

2. Цель и задачи воспитательной деятельности, решаемые в ООП

Стратегической целью социальной и воспитательной работы является формирование обучающегося КубГУ как самостоятельного, здорового (здравого) человека, стремящегося к духовному, нравственному, умственному и физическому совершенству, принимающего судьбу Отечества как свою личную, осознающего ответственность за настоящее и будущее своей страны.

Для достижения поставленной цели используются модернизация университета как среды социального развития, создание условий для становления профессионально и культурно ориентированной личности посредством гражданско-патриотического, профессионального, трудового, социального, экономического, психологического, бытового, правового, эстетического, физического и экологического направлений деятельности. Реализуются проектные технологии развивающего, творческого и социального характера.

Данные виды деятельности направлены на формирование личности обучающегося на основе сформировавшейся системы традиционных ценностей, лежащей в основе развития российского общества, способствующей личностному, творческому и профессиональному развитию, самовыражению в различных сферах жизнедеятельности, что способствует обеспечению адаптации в социокультурной среде российского и международного сообщества, повышению гражданского самосознания и социальной ответственности.

Достижение поставленной цели обеспечивается в процессе решения следующих основных задач:

– создание системы перспективного и текущего планирования воспитательной деятельности и организации социальной работы;

– дальнейшее развитие инфраструктуры социальной защиты и выработка конкретных мер по совершенствованию воспитательной работы;

– организация системы взаимодействия и координации деятельности государственных органов, структурных подразделений университета, общественных и профсоюзных организаций и участников образовательного процесса по созданию благоприятной социокультурной среды и осуществлению социальной защиты и поддержки обучающихся;

– развитие системы социального партнёрства;

– обеспечение органической взаимосвязи учебного процесса с внеучебной воспитательной деятельностью, сферами досуга и отдыха обучающихся;

– подготовка, организация и проведение различных мероприятий по всем направлениям воспитательной деятельности: гражданскому, патриотическому, нравственному, эстетическому, трудовому, правовому, физическому, социально-психологическому и др.;

– расширение спектра мероприятий по социальной защите участников образовательного процесса;

– организация и ведение работы по выполнению социальных программ и проектов;

– активизация работы института кураторов, совершенствование системы студенческого самоуправления, формирование основ корпоративной культуры, развитие инфраструктуры студенческих объединений;

– реализация воспитательного потенциала учебно-научной работы;

– вовлечение в воспитательный процесс студенческой молодежи деятелей науки и культуры, искусства, политики и права, работников других сфер общественной жизни;

– мониторинг состояния социальной и воспитательной работы университета;

– участие в формировании и поддержании имиджа университета. Позиционирование КубГУ как центра культуры и просвещения, выполняющего широкие социальные функции.

Цели и задачи воспитательной деятельности, решаемые в ООП сопоставимы с ежегодным планом воспитательной работы университета и строится с учетом специфики общего воспитательного процесса КубГУ, традиций, интересов, ценностей университета.

3. Основные направления деятельности студентов

Учебная, научно-исследовательская, патриотическая, культурно-досуговая, волонтерская, спортивно-массовая, оздоровительная, общественная, информационно-просветительская, организационная деятельность.

4. Основные студенческие сообщества/объединения/центры университета

Основные студенческие сообщества /объединения /центры университета	***Образовательный компонент***
Объединенный совет обучающихся (ОСО)	В процессе работы в Объединенном совете обучающихся, который представляет собой крупнейший студенческий представительный орган университета обучающиеся получают уникальную возможность приобрести важнейшие социокультурные компетенции, коммуникативные навыки, навыки, позволяющие преодолевать сложные ситуации, возникающие в процессе взаимодействия при организации и проведении студенческих молодежных мероприятий. Обучающиеся формируют навыки управления, администрирования, планирования и т.д. Объединенный совет обучающихся КубГУ создан в целях решения вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития ее социальной активности, поддержки и реализации социальных инициатив, обеспечения прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом в университете создан. В состав совета входят представители всех студенческих объединений КубГУ, а также представители студенческих советов факультетов (институтов). Все студенческие объединения КубГУ взаимодействуют между собой, выполняя общие функции и задачи по развитию студенческого самоуправления и вовлечению студентов в актуальные процессы развития общества и страны, участвуя в организации и проведении совместных мероприятий и акций. ОСО взаимодействует со структурными подразделениями КубГУ, в компетенцию которых входят вопросы работы со студентами: деканатами факультетов, кафедрами, управлением по воспитательной работе, научно-образовательными центрами, волонтерским центром,

	департаментом по международным связям, центром содействия трудоустройству и занятости выпускников, управлением безопасности. ОСО и структурные подразделения объединяют свои усилия в интересах студентов университета во имя достижения общих целей (интеграция студентов КубГУ в процессы научно-инновационного развития страны, модернизации высшего профессионального образования, становления гражданского общества, а также повышение эффективности воспитательной работы, научной деятельности, достижение высоких спортивных результатов, развитие здорового образа жизни и т.д.), приумножения ценностей и традиций КубГУ.
Первичная профсоюзная организация студентов (ППОС) Кубанского государственного университета	Профком КубГУ проводит учебу председателей профбюро и профгруппоргов в выездных Школах, принимает участие в межрегиональных школах студенческого профсоюзного актива, участвует во Всероссийском конкурсе «Студенческий лидер». Студенческая профсоюзная организация – автор многих общественно-полезных инициатив и новых форм воспитательной работы в студенческой среде. При содействии ППОС, студенты КубГУ принимают участие в многочисленных фестивалях, конкурсах, благотворительных акциях и иных мероприятиях. Первичная профсоюзная организация студентов Кубанского государственного университета – самая многочисленная организация студентов Краснодарского края. Она объединяет профорганизации всех факультетов вуза. В её составе более 13 тысяч студентов, что составляет 98,2% от общей численности обучающихся.
Волонтерский центр КубГУ	Развитию волонтерского движения способствует эффективная система подготовки и обучения волонтеров, приобретение ими навыков и умений волонтерской деятельности. Деятельность КубГУ направлена на обеспечение участия волонтеров в мероприятиях регионального, федерального и международного уровней (универсиады, форумы, слеты) с целью приобретения ими волонтерского опыта по конкретным направлениям деятельности, умений и навыков работать в команде, воспитания личностных качеств. Повышение эффективности подготовки и обучения волонтеров, а также развитие системы самоуправления достигается путем информационной поддержки волонтерского движения и модернизации материально-технической базы процесса подготовки волонтеров.
Молодежный культурно-досуговый центр	Молодежный культурно-досуговый центр КубГУ (МКДЦ) создан в 1994 году. За годы работы он достиг значимых результатов в содействии развитию творческого потенциала студенческой молодёжи и организации культурно-массовых и культурно-просветительских мероприятий. МКДЦ координирует деятельность Клуба творческой молодёжи и Клуба национальных культур КубГУ. Ежегодно в 30 студиях занимаются до 800 обучающихся. Свыше 27 тысяч зрителей в год посещают мероприятия Клуба творческой молодёжи Молодёжного культурно-досугового центра КубГУ. Участники творческих студий составляют основу творческой программы тематического проекта КубГУ «Шелковый путь» на Краевом фестивале «Легенды Тамани». Студенты принимают участие в Краевом Фестивале игры «Что? Где? Когда?» среди студентов; Фестивале молодежных творческих инициатив «ЭТАЖИ» и т.д. С 2013 года Фестиваль «ЭТАЖИ» приобрёл международный характер, в связи с интеграцией в него нового авторского проекта МКДЦ «Great Discovery» (Великое Открытие). Творческие коллективы МКДЦ принимают результативное участие в крупнейшем студенческом фестивале на территории России – «Российская студенческая весна»
Клуб патриотического воспитания КубГУ	Создан 15.02.2012 г. На первом заседании Клуба был избран Совет клуба, почетным президентом стал Герой Российской Федерации, полковник Шендрик Е.Д., утверждено положение Клуба и план работы. Основными задачами Клуба является воспитание гражданственности, патриотизма и любви к Родине; развитие социально-гуманитарных технологий конструктивного вовлечения молодёжи в управленческий процесс и историко-аналитическую деятельность; информационная поддержка и пропаганда идей толерантности и социального доверия в среде студенческой молодёжи; приобщение молодежи к активному участию в работе по оказанию помощи ветеранам Великой Отечественной Войны и ветеранам Труда и многое другое. С 2014 года Клуб работает по пяти направлениям: - информационно-аналитическое; - историческое; - мобилизационное; - стрелковое; - поисковое.
Политический клуб КубГУ «Клуб Парламентских дебатов Кубанского	Политический клуб создан в 2010 году по инициативе студентов, обучавшихся по направлению подготовки «Политология» в целях повышения политической активности молодёжи и формирования гражданских качеств личности, развития навыков критического мышления и исследовательской деятельности молодёжи, вовлечения молодого поколения в обсуждение общественно-значимых проблем. За период деятельности Клуба было организовано 14 крупных проектов с общим

государственного университета»	количеством участников порядка 500 человек.
Студенческий совет общежитий КубГУ	В каждом общежитии КубГУ имеется студенческий совет, члены которого участвуют в организации и проведении различных мероприятий. Работа в общежитиях строится на основе взаимодействия студенческих советов и факультетов, структурных подразделений, отвечающих за воспитательную работу со студентами, а также общественными профсоюзными организациями. Главное значение в работе уделяется развитию студенческого самоуправления, для чего проводится следующий комплекс мероприятий: организация встреч с активом каждого общежития, выявление основных проблем, определение главных направлений развития, формирование органов студенческого самоуправления общежитий (совет старост общежитий, совет культоргов и спорторгов общежитий), учеба актива. Для обучения актива проводятся семинары актива общежитий по программе студенческого самоуправления.
Студенческий оперативный отряд охраны правопорядка КубГУ	Основными задачами оперотряда являются активное участие в профилактике, предупреждении и пресечении правонарушений, охрана общественного порядка, контроль за соблюдением установленных правил внутреннего распорядка не территории студенческого городка, в студенческих общежитиях и на иных объектах КубГУ. На протяжении всего периода деятельности сотрудники отряда осуществляют ежедневное патрулирование территории студенческого городка, охраняют общественный порядок на всех культурно-массовых мероприятиях, проводимых в КубГУ. Оперативный отряд охраны правопорядка активно взаимодействует с администрацией Карасунского внутригородского округа г. Краснодара в реализации закона Краснодарского края «О мерах по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в Краснодарском крае». С отделом полиции Карасунского внутригородского округа г. Краснодара сотрудники отряда участвуют в ряде специально-оперативных мероприятиях, таких как «Патрульный участок», «Правопорядок» и др.
Студенческий спортивный клуб КубГУ	Студенческий спортивный клуб КубГУ был создан в 2009 году. За это время клубом была организована учебная, физкультурно-массовая, спортивно-воспитательная работа со студентами, аспирантами, магистрантами университета. В настоящее время в КубГУ открыто 34 спортивные секции. Кубанский государственный университет за последние годы стал одним из лидеров в области развития студенческого футбола. Пропаганда здорового образа жизни, развитие физической культуры и спорта является в КубГУ одним из стратегических направлений развития личности студентов.

5. Используемые в воспитательной деятельности формы и технологии

Технология социальной поддержки: Социальная поддержка студентов осуществляется в течение всего учебного года и заключается в подготовке документов для назначения социальных стипендий, размещения малоимущих студентов и студентов из неполных семей в общежитиях, оздоровлении в санатории-профилактории «Юность», а также в период летнего оздоровления.

Технология проектов позволяет вовлекать каждого студента в активный познавательный процесс, создавать адекватную учебно-воспитательную среду, которая обеспечивала бы возможность свободного доступа к различным источникам, возможность работать в сотрудничестве при решении разнообразных проблем.

Для решения определенных воспитательных задач используются *коммуникативные технологии.* Они обеспечивают, организованный на базе социальных коммуникаций системный процесс управления социальным пространством и социальным временем студентов.

6. Проекты изменения социокультурной среды

Большое внимание администрацией университета уделяется проблеме *адресной социальной помощи* студентам. Для этого создан фонд социальной защиты студентов. Решением правления фонда, в состав которого входят представители администрации и студенчества назначаются стипендии, выделяется материальная помощь, поощряются студенты, принимающие активное участие в научной, общественной жизни вуза. Около десяти тысяч студентов за весь период деятельности Фонда получили адресную социальную поддержку.

Вопрос о трудоустройстве выпускников является сегодня одним из актуальных, он включен в характеристики оценки деятельности высших учебных заведений.

С 2003 года в структуре КубГУ создан и успешно функционирует *отдел содействия трудоустройству и занятости студентов* (ОСТЗ), который координирует работу по содействию трудоустройству и адаптации к рынку труда выпускников и взаимодействует со всеми структурными подразделениями университета по организационным и методическим вопросам, касающимся

трудоустройства и занятости. Сегодня КубГУ постоянно ищет новые формы сотрудничества с работодателями. Около 700 заключенных договоров о практике, стажировке, взаимном сотрудничестве помогают выпускникам найти свое место в жизни.

Работа ОСТЗ направлена на объединение усилий всех подразделений университета, взаимодействие с местными органами власти, предприятиями и организациями для достижения эффективного содействия трудоустройству студентов и выпускников.

На сайте КубГУ имеются вакансии для студентов (лаборант, менеджер и др.). Также регулярно проводятся конкурсные отборы выпускников (сети магазинов "Магнит" и пр.).

7. Студенческое самоуправление

На факультете журналистики созданы условия для формирования компетенций социального взаимодействия, активной жизненной позиции, гражданского самосознания, самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера. В соответствии с этим активно работает студенческое самоуправление, старостат факультета, студенческий профсоюз, решающие самостоятельно многие вопросы обучения, организации досуга, творческого самовыражения, вопросы трудоустройства, межвузовского обмена, быта студентов.

8. Организация учета и поощрения социальной активности;

Формы организации учета социальной активности: персональные портфолио студентов, в которых отражены результаты учебной, научно-исследовательской и общественной деятельности. Портфолио создается для участия в различных конкурсных и стипендиальных программах и структурируется в соответствии с требованиями конкурсной документации.

Формы поощрения студентов:

1. Материальные: перевод на вакантное бюджетное место, материальная поддержка, повышенная стипендия, подарок.
2. Персональные и групповые: грамоты, дипломы, благодарственные письма, благодарности, сертификаты участников мероприятий, проектов.
3. Публичные: вынесение на доску почета, объявление благодарности, вручение грамоты, диплома, размещение информации в новостной ленте на сайте университета, факультета и т.д.

9. Используемая инфраструктура университета

Для обеспечения проживания студентов и аспирантов очной формы обучения в КубГУ имеется студенческий городок, в котором находятся 4 общежития. Всего в студенческих общежитиях КубГУ проживает 2138 студентов и аспирантов, в том числе семейные студенты.

В работе в общежитиях администрация опирается на правила внутреннего распорядка в общежитиях КубГУ. Вселение студентов в общежития КубГУ производится по их личному заявлению при наличии справок о составе семьи, доходах родителей, справок из деканатов. Первоочередное право заселения в соответствии с действующим законодательством, Положением о студгородке КубГУ предоставляется студентам-сиротам, инвалидам, чернобыльцам, лицам, принимавшим участие в боевых действиях на территории России и других государств, студентам старших курсов, малоимущим студентам, не имеющим возможности снимать жилье в частном секторе.

Для обеспечения питанием КубГУ обладает комбинатом студенческого питания площадью 3030 кв. м на 1143 посадочных места. За последние годы КубГУ значительно обновил оборудование комбината, произведен сложный капитальный ремонт. Создано студенческое кафе на 100 мест, есть летняя площадка.

Для организации спортивно-массовой и оздоровительной работы в КубГУ имеются спортивные здания и сооружения: стадион, спортивные залы общей площадью 1687,6 кв.м. Кроме обязательной физической подготовки студентов в университете проводится большая работа по повышению привлекательности занятий спортом, как фактора, способствующего сохранению здоровья, и фактора формирующего мотивации к здоровому образу жизни. Этому вполне соответствует достигнутый ныне современный уровень спортивной базы. Сегодня в спортивный комплекс КубГУ входят: плавательный бассейн, стадион и стадион для мини футбола, два спортивных зала, тренажерный зал, стрелковый тир.

Важным участком решения социальных проблем, связанных с оздоровлением и профилактикой различных заболеваний стал санаторий-профилакторий «Юность» КубГУ, общей площадью около 1 тыс. кв. метров. Постепенно санаторий-профилакторий становится в КубГУ центром оздоровительной работы, пропагандистским центром здорового образа жизни. Значительно укреплена материальная база санатория-профилактория.

Ежегодно через санаторий-профилакторий «Юность» проходят оздоровление более 1000 студентов. Регулярно проводятся различные мероприятия по профилактике туберкулеза, борьбе с курением, наркомании, организации ЗОЖ. Студенты имеют возможность отдохнуть и поправить свое здоровье в санаториях п. Дивноморск и г. Сочи.

В целях борьбы со злоупотреблением и распространением наркотических средств в общежитии создан наркологический кабинет, где работают профессиональные врачи, оказывая помощь студенчеству. Проводятся ежегодные профилактические осмотры (около 3000 студентов в год), индивидуальные беседы, анонимные консультации. На базе наркологического кабинета зародилось студенческое волонтерское

движение по борьбе с курением.В соответствии с действующим в РФ законодательством курение на территории вузов полностью запрещено.

10. Используемая социокультурная среда города

Важным аспектом воспитательной работы является взаимодействие кураторов-преподавателей со своими группами студентов в рамках участия в факультетских и университетских культурных мероприятиях, совместном посещении театров, кинотеатров и спортивных соревнований, решении проблем внутригруппового взаимодействия студентов

7. НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОСВОЕНИЯ ОБУЧАЮЩИМИСЯ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

В соответствии с ФГОС бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

К методическому обеспечению текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации обучающихся по ООП ВО бакалавриата относятся:

– фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– программа государственной итоговой аттестации;

– фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации.

7.1. Матрица соответствия требуемых компетенций, формирующих их составных частей ООП.

Матрица компетенций представлена в Приложении 5.

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

Нормативно-методическое обеспечение текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по ООП ВО осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. «Об образовании в Российской Федерации» №273-ФЗ и Приказами Министерства образования и науки Российской Федерации.

Текущая и промежуточная аттестации служат основным средством обеспечения в учебном процессе обратной связи между преподавателем и обучающимся, необходимой для стимулирования работы обучающихся и совершенствования методики преподавания учебных дисциплин.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплин (модулей) и прохождения практик.

Промежуточная аттестация обучающихся – оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплинам (модулям) и прохождения практик (в том числе результатов курсового проектирования (выполнения курсовых работ)).

Промежуточная аттестация, как правило, осуществляется в конце семестра или на завершающем этапе практики.

Промежуточная аттестация может завершать как изучение всего объема учебного предмета, курса, отдельной дисциплины (модуля) ООП, так и их частей.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации определяются учебным планом и локальным актом «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в КубГУ».

К формам текущего контроля относятся: проверка контрольных работ, рефератов, иные творческих работ, опрос студентов на учебных занятиях, отчеты студентов по лабораторным работам.

К формам промежуточной аттестации относятся: зачет, экзамен по дисциплине (модулю), защита курсового проекта (работы), отчета (по практикам).

Для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям соответствующей ООП ВО кафедрами ФГБОУ ВО «КубГУ» разработаны фонды оценочных средств (ФОС) для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) и практике.

Структура фонда оценочных средств включает:

–перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;

–описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

–методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Оценочные средства включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий; лабораторных и контрольных работ, коллоквиумов, зачетов и экзаменов, примерную тематику

курсовых работ, рефератов. Указанные формы оценочных средств позволяют оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

Оценочные средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации представлены в ФОС приводятся в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик и других учебно-методических материалах.

7.3. Государственная итоговая аттестация выпускников программы бакалавриата.

Государственная итоговая аттестация выпускников высшего учебного заведения в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утверждаемом Министерством образования и науки Российской Федерации.

Государственная итоговая аттестация проводится государственными экзаменационными комиссиями в целях определения соответствия результатов освоения обучающимися ООП требованиям ФГОС ВО.

К проведению государственной итоговой аттестации по основным образовательным программам привлекаются представители работодателя и их объединений:

– Руководитель по связям с общественностью ООО «Группа компаний «СБСВ КЛЮЧАВТО» Кирилишина В.В.;

– Бренд-менеджер ООО «СБСВ-КЛЮЧАВТО АЦ СОЧИ» Золотарева Е.Н.

Государственная итоговая аттестация обучающихся организаций проводится в форме: защиты выпускной квалификационной работы (далее вместе - государственные аттестационные испытания).

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» учебного плана ООП ВО программы бакалавриата входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к защите и процедуру защиты.

В результате подготовки и защиты выпускной квалификационной работы обучающийся должен продемонстрировать способность и умение самостоятельно решать на современном уровне задачи своей профессиональной деятельности, профессионально излагать специальную информацию, научно аргументировать и защищать свою точку зрения.

Фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации выпускников ООП ВО бакалавриата включают в себя:

- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы.

7.3.1. Требования к выпускной квалификационной работе по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в государственных и общественных структурах

Государственная итоговая аттестация выпускников университета по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в государственных и общественных структурах является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме.

Порядок и условия проведения государственных аттестационных испытаний определяются Положением об итоговой государственной аттестации выпускников ФГБОУ ВО «КубГУ».

Государственная итоговая аттестация выпускников включает:

- защиту выпускной квалификационной работы (ВКР).

Выпускная квалификационная работа предполагает выявить способность студента к:

- систематизации, закреплению и расширению теоретических знаний и практических навыков по выбранной образовательной программе;
- применению полученных знаний при решении конкретных теоретических и практических задач;
- развитию навыков ведения самостоятельной работы;
- применению методик исследования и экспериментирования;
- умению делать обобщения, выводы, разрабатывать практические рекомендации в исследуемой области.

Примерные темы выпускных квалификационных работ разрабатываются выпускающими кафедрами, ежегодно обновляются и утверждаются заведующими кафедрами. Приказом по университету за каждым студентом закрепляется выбранная им тема ВКР и назначается научный руководитель.

Требования к содержанию, объему, структуре выпускной квалификационной работы приводятся в методических указаниях по ее написанию в программе итоговой аттестации. Общее руководство и контроль над ходом выполнения выпускных квалификационных работ осуществляют руководители.

Основными функциями руководителя выпускной квалификационной работы являются:

- разработка индивидуальных заданий;
- консультирование по вопросам содержания и последовательности выполнения выпускной квалификационной работы;
- оказание помощи выпускнику в подборе необходимой литературы;
- контроль хода выполнения выпускной квалификационной работы;
- подготовка письменного отзыва на выпускную квалификационную работу.

По завершении выпускной квалификационной работы руководитель проверяет, подписывает ее и составляет письменный отзыв. Выпускники, не представившие по неуважительным причинам к назначенному сроку готовые выпускные квалификационные работы, к защите не допускаются.

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа является одним из видов аттестационных испытаний выпускников, завершающих обучение по профессиональной образовательной программе. Выпускные квалификационные работы призваны способствовать систематизации и закреплению знаний выпускников по направлению подготовки при решении конкретных задач, а также выяснить уровень научной подготовки выпускника. Выпускные квалификационные работы подлежат обязательному рецензированию. Содержание выпускной квалификационной работы включает в себя:

- введение;
- теоретическую часть;
- опытно-экспериментальную часть;
- заключение, рекомендации относительно возможностей применения полученных результатов;
- список литературы;
- приложение.

По структуре выпускная квалификационная работа состоит из теоретической и практической части. В теоретической части дается теоретическое освещение темы на основе анализа имеющейся литературы. Практическая часть может быть представлена методикой, расчетами, анализом экспериментальных данных, продуктом творческой деятельности в соответствии с видами профессиональной деятельности.

Выпускные квалификационные работы проходят процедуры нормоконтроля и предзащиты на кафедре. Для проведения данных процедур выпускные квалификационные работы в готовом виде должны быть представлены на кафедру не позднее, чем за месяц до срока защиты.

Нормоконтроль направлен на: соблюдение норм и требований, установленных в государственных, отраслевых, республиканских стандартах и стандартах предприятий. Процедура нормоконтроля заключается в проверке текста на плагиат, правильность оформления текста работы в соответствии с установленными требованиями, наличия подписей и сопровождающих документов. Нормоконтроль выпускных квалификационных работ производит специально назначенный нормоконтролер; его подпись на титульном листе работы обязательна.

Выполненные квалификационные работы подлежат обязательному рецензированию специалистами из числа работников предприятий, организаций, преподавателей образовательных учреждений, хорошо владеющих вопросами, связанными с тематикой выпускных квалификационных работ. Содержание рецензии доводится до сведения выпускника не позднее, чем за день до защиты выпускной квалификационной работы. Внесение изменений в выпускную квалификационную работу после получения рецензии не допускается.

Процедура защиты выпускной квалификационной работы

Защита выпускной квалификационной работы проводится в установленное время на заседании аттестационной комиссии с участием не менее двух третей её состава. Кроме членов комиссии на защите желательно присутствие научного руководителя и рецензента выпускной квалификационной работы, а также возможно присутствие, преподавателей и студентов Университета.

Защита начинается с доклада (не более 15 минут) по теме выпускной квалификационной работы. Доклад следует начинать с обоснования актуальности избранной темы, описания научной проблемы и формулировки цели работы, а затем, в последовательности, установленной логикой проведенного исследования раскрывать основное содержание работы, обращая особое внимание на наиболее важные разделы и интересные результаты, новизну работы, критические сопоставления и оценки. Заключительная часть доклада базируется на выводах и обобщениях, полученных в результате проведенного исследования, собираются воедино основные рекомендации. Выпускник должен излагать основное содержание выпускной работы свободно, не читая письменного текста. После завершения доклада члены комиссии задают вопросы, как непосредственно связанные с темой выпускной квалификационной работы, так и близко к ней относящиеся. При ответах на вопросы выпускник имеет право пользоваться своей работой.

После окончания дискуссии секретарем зачитываются отзыв руководителя, рецензия и выпускнику предоставляется заключительное слово. В своём заключительном слове выпускник должен ответить на замечания рецензента и членов ГАК. После заключительного слова процедура защиты выпускной квалификационной работы считается законченной. Результаты защиты выпускной квалификационной работы определяются на основе оценок: научного руководителя за работу выпускника над заявленной темой, степень его соответствия требованиям, предъявляемым к молодым ученым; рецензента за работу в

целом, учитывая степень обоснованности выводов и рекомендаций, их новизны и практической значимости; членов ГАК за содержание работы, её защиту, включая доклад, ответы на замечания рецензента.

Итоговая оценка по результатам защиты выпускной квалификационной работы по пятибалльной системе оценивания проставляется в протокол заседания комиссии и зачётную книжку, в которых расписываются председатель и члены экзаменационной комиссии.

Результаты защиты выпускной квалификационной работы оцениваются:

- оценка «отлично» присваивается за глубокое раскрытие темы, качественное оформление работы, содержательность доклада и презентации;

- оценка «хорошо» присваивается при соответствии вышеперечисленным критериям, но при наличии в содержании работы и её оформлении небольших недочётов или недостатков в представлении результатов к защите;

- оценка «удовлетворительно» присваивается за неполное раскрытие темы, выводов и предложений, носящих общий характер, отсутствие наглядного представления работы и затруднения при ответах на вопросы;

- оценка «неудовлетворительно» присваивается за слабое и неполное раскрытие темы, несамостоятельность изложения материала, выводы и предложения, носящие общий характер, отсутствие наглядного представления работы и ответов на вопросы.

Требования к содержанию, объему, структуре выпускной квалификационной работы приводятся в методических указаниях по ее написанию в программе итоговой аттестации. Выпускники, выполнившие выпускную квалификационную работу, но получившие при защите оценку «неудовлетворительно», имеют право на повторную защиту. В этом случае государственная аттестационная комиссия может признать целесообразным повторную защиту той же выпускной квалификационной работы, либо вынести решение о закреплении за ним нового задания на выпускную квалификационную работу и определить срок повторной защиты, но не ранее чем через год. Выпускнику, получившему оценку «неудовлетворительно» при защите выпускной квалификационной работы, выдается академическая справка установленного образца. Академическая справка обменивается на диплом в соответствии с решением государственной аттестационной комиссии после успешной защиты выпускной квалификационной работы.

Вручение дипломов организуется деканатом не ранее, чем через 10 рабочих дней после окончания работы Государственной аттестационной комиссии. Вручение диплома и приложения производится лично каждому выпускнику под роспись в журнале регистрации выпускных квалификационных работ.

Хранение выпускных квалификационных работ.

Выполненные выпускные квалификационные работы хранятся после их защиты не менее пяти лет. По истечении указанного срока вопрос о дальнейшем хранении решается организуемой по приказу ректора Университета комиссией, которая представляет предложения о списании выпускных квалификационных работ.

Списание выпускных квалификационных работ оформляется соответствующим актом. Лучшие выпускные квалификационные работы, представляющие учебно-методическую ценность, могут быть использованы в качестве учебных пособий.

По запросу предприятия, учреждения, организации ректор Университета имеет право разрешить снимать копии выпускных квалификационных работ. При наличии в выпускной квалификационной работе изобретения или рационализаторского предложения разрешение на копию выдается только после оформления (в установленном порядке) заявки на авторские права.

Более подробно информация о содержании государственной итоговой аттестации представлена в приложении 4.

Фонды оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации выпускников ООП бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, включают в себя:

–перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;

–описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания;

–типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы представлены в ФОС ГИА, являющейся компонентом ООП ВО.

Боле подробно информация о содержании государственной итоговой аттестации представлена в приложении 4.

8. ДРУГИЕ НОРМАТИВНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ДОКУМЕНТЫ И МАТЕРИАЛЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

В вузе принят Кодекс корпоративной культуры. Кодекс разработан в целях развития в сознании сотрудников и обучающихся понимания важности корпоративной культуры для успешной деятельности. Университетский Кодекс соответствует общепринятым этическим нормам, является основой саморегулирования поведения и деятельности всех членов коллектива, призван способствовать достижению приоритетов Кубанского государственного университета.

Большое внимание уделяется совершенствованию образовательного процесса. В соответствии с действующими документами обновление основной образовательной программы может осуществляться в

нескольких направлениях: за счет внутреннего потенциала образовательного учреждения и за счет внешнего участия в обновлении ООП.

Руководством ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» принята Политика в области качества.

Руководство университета подтверждает свою приверженность к постоянному улучшению качества образовательных и научных услуг и берет на себя следующие обязательства:

– непрерывно улучшать и анализировать качество образовательного, научного, инновационного и воспитательного процессов;

– развивать систему внедрения результатов научно-исследовательской деятельности в образовательный процесс;

– вовлекать персонал и студентов университета в процесс обеспечения качества образовательных и научных услуг;

– обеспечивать релевантность образовательных программ современными требованиями общества;

– поддерживать достаточную компетентность и квалификацию персонала университета;

– обеспечивать объективность контроля знаний студентов;

– обеспечивать академическую мобильность студентов и преподавателей;

– устанавливать более тесные связи с ведущими предприятиями, организациями, учреждениями региона с целью использования их потенциала в повышении качества учебной и научной работы;

– совершенствовать деятельность, ориентированную на повышение уровня трудоустройства выпускников;

– стимулировать творческий подход к работе, повышать результативность деятельности каждого сотрудника путем установления прямой зависимости оплаты труда от достигнутого конечного результата;

– проводить в отношении общественности политику информационной открытости.

– обеспечивать необходимые условия для реализации политики в области качества;

– актуализировать политику в области качества;

– постоянно повышать эффективность системы менеджмента качества.

Реализацию настоящей политики в университете обеспечивает сертифицированная система менеджмента качества, соответствующая стандартам и рекомендациям ENQA, требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2008. Руководство университета берет на себя обязательства по созданию условий, необходимых для осуществления настоящей политики в области качества на всех уровнях управления вузом и несет за это ответственность.

Порядок проектирования и реализации программы бакалавриата определяются ФГБОУ ВО «КубГУ» на основе.

1. Министерства образования и науки Российской Федерации:

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636) (в ред. от 28.04.2016 г.);

– Положение о практике обучающихся, осваивающих образовательные программы высшего образования (утв. Приказом Минобрнауки России от 27.11.2015 г. №1383).

2. Локальных нормативных актов:

– Положение об Основных образовательных программах;

– Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в Кубанском государственном университете и его филиалах;

– Положение о подготовке и защите выпускных квалификационных работ;

– Положение о дисциплинах по выбору при освоении образовательных программ высшего образования;

– Положение о научно-исследовательской работе студентов;

– Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в КубГУ;

– Положение о фонде оценочных средств для текущей, промежуточной и итоговой (государственной итоговой) аттестации студентов в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»;

– Положение об обучении студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья;

– Положение об академической мобильности студентов, аспирантов, преподавателей и административного персонала ФГБОУ ВПО «КубГУ»;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» и его филиалах;

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, реализуемым в ФГБОУ ВО «КубГУ» и его филиалах;

– Порядок размещения выпускных квалификационных работ в электронно-библиотечной системе ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет»;

– Порядок обеспечения самостоятельности выполнения выпускных квалификационных работ на основе системы «Антиплагиат»;

– Порядок подачи и рассмотрения апелляций по результатам государственный аттестационных испытаний;

– Порядок заполнения, учета и выдачи документов о высшем образовании и о квалификации и их дубликатов в ФГБОУ ВО «КубГУ»;

– Порядок разработки и реализации факультативных дисциплин;

– Порядок организации обучения по индивидуальному плану, в том числе ускоренному обучению студентов;

– Порядок индивидуального учета результатов освоения обучающимися образовательных программ и хранения в архивах информации об этих результатах на бумажных и (или) электронных носителях;

– Положение об электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»;

– Порядок оценивания и учета результатов прохождения практик обучающимися, осваивающими основные образовательные программы высшего образования в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» и его филиалах.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ
на основную образовательную программу
высшего образования
Направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(уровень бакалавриата)
(профиль – «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»)
(заочная форма обучения)

Программа подготовлена на кафедре рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». Основная образовательная программа включает в себя следующие разделы: общие положения; характеристика профессиональной деятельности выпускников программы бакалавриата; требования к результатам освоения программы бакалавриата; документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации программы бакалавриата; фактическое ресурсное обеспечение программы; характеристики социально-культурной среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных компетенций обучающихся; нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися программы, а также другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Аннотации к рабочим программам специальных, смежных, фундаментальных дисциплин, факультативных курсов, практики и аннотации дисциплин по выбору обучающегося построены по единой схеме. Аннотации программ содержат пояснительную записку с определением цели и задач дисциплины; общую трудоемкость дисциплины; результаты обучения; формы промежуточной аттестации.

В рабочих программах практик указаны примеры оценочных средств для контроля уровня сформированности компетенций; критерии оценки текущего и рубежного контроля, отчета, рабочего графика, оценочного листа, индивидуального задания и характеристики.

Таким образом, основная образовательная программа высшего образования (ООП ВО) направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления») полностью соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), и может быть использована в учебном процессе ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет».

Генеральный директор
консалтинговой группы "Династия PR" Зенченко О.В.

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ
на основную образовательную программу высшего образования
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(профиль – «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»)
(заочная форма обучения)

Основная образовательная программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования.

Основная образовательная программа высшего образования (ООП ВО) закладывает базовые знания направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления».

Программа содержит следующие разделы: общие положения с характеристиками основной профессиональной образовательной программы послевузовского профессионального образования и профессиональной деятельности выпускника; учебный план; рабочие программы дисциплин; программы обучающего учебно-производственной практики; итоговой государственной аттестации.

Учебно-методическое обеспечение общей образовательной программы представлено достаточно полным перечнем нормативной, основной, и дополнительной литературы, что дает возможность выбора студенту, и способствует более глубокой подготовке к лекционным и практическим и лабораторным занятиям.

Положительным в представленной программе является наличие материально-технического обеспечения дисциплин, включающее дополнительные источники информации для подготовки бакалавров к занятиям: ссылки на Интернет-ресурсы, электронные библиотеки, профильные сайты.

ООП строится по следующим принципам: способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах по связям с общественностью; обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга; умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия; способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

В качестве дидактических задач ООП авторы-составители особо выделяют: формирование у выпускника компетенций, таких как: способность принимать участие в управлении и организации рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы; владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

Таким образом, основная образовательная программы высшего образования (ООП ВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль – «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления») полностью соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению «Реклама и связи с общественностью» (уровень бакалавриата), и может быть использована в

учебном процессе факультета журналистики ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет».

Главный специалист отдела пропаганды
и развития новых технологий ГКУ КК
(Агентство ТЭК министерства
топливно-энергетического комплекса
и жилищно-коммунального хозяйства),
Магистр журналистики Ю.А. Паншута

Приложение 1 Учебный план и календарный учебный график
Учебный план в полном объёме представлен на сайте Кубанского Государственного Университета в разделе «РУП»

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования "Кубанский государственный университет"

УТВЕРЖДАЮ

Ректор *Остапов М.Б.*

«__» _____ 20__ г.

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 11 от 30.06.2017

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

42.03.01

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) "Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления"

Кафедра: Рекламы и связей с общественностью
Факультет: журналистики

Квалификация: Бакалавр
Программа подготовки: прикладной бакалавриат
Форма обучения: Заочная
Срок обучения: 4г 6м

+	*Основной*	*Виды деятельности*
+	+	коммуникационная
+	-	организационно-управленческая
+	-	проектная
+	-	рекламно-информационная
+	-	рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая
+	-	информационно-технологическая

Год начала подготовки (по учебному плану) 2017
Учебный год 2017-2018
Образовательный стандарт № 997 от 11.08.2016

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе, качеству образования - первый проректор / Иванов А.Г./

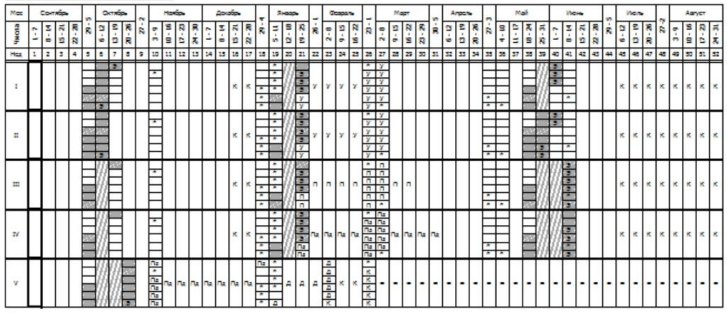
Начальник УМУ / Карапетян Ж.О./

И. о. декана / Касьянов В.В./

И. о. зам. декана по учебной работе / Цаканян А.А./

И. о. зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью / Немец Г.Н./

Календарный учебный график



Сводные данные

		Курс 1	Курс 2	Курс 3	Курс 4	Курс 5	Итого
	Теоретическое обучение	32 2/6	32 1/6	30 2/6	28 3/6	9 2/6	132 4/6
Э	Экзаменационные сессии	1 2/6	1 3/6	1 2/6	1 1/6	1/6	5 1/6
У	Учебная практика	6	6				12
П	Производственная практика			8			8
Пд	Преддипломная практика				10	8	18
Д	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты					4	4
К	Каникулы	10	10	10	10	3	43
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	2 2/6 (14 дн)	2 2/6 (14 дн)	2 2/6 (14 дн)	2 2/6 (14 дн)	1 3/6 (9 дн)	10 5/6 (65 дн)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед.	более 39 нед.	более 39 нед.	более 39 нед.	не менее 12 нед. и не более 39 нед.	
Итого		52	52	52	52	26	234
Студентов							
Групп							

Учебный план

Считать в плане	Индекс	Наименование	Форма контроля: Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	з.е.: Экспертное	з.е.: Факт	Часов в з.е.	Итого акад.часов: Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Контроль	Интер часы
Блок 1.Дисциплины (модули)															
Базовая часть															
+	Б1.Б.01	**Русский язык и культура речи**	11	11			6	6		216	216	21	170	25	12
+	Б1.Б.01.01	Русский язык	1				2	2	36	72	72	6.3	57	8.7	2
+	Б1.Б.01.02	Практикум по русскому языку		1			1	1	36	36	36	4.2	28	3.8	4
+	Б1.Б.01.03	Практикум по культуре речи		1			1	1	36	36	36	4.2	28	3.8	4
+	Б1.Б.01.04	Основы культуры речи	1				2	2	36	72	72	6.3	57	8.7	2
+	Б1.Б.02	Иностранный язык	2	12			8	8	36	288	288	20.7	251	16.3	20
+	Б1.Б.03	**История**	1	1			5	5		180	180	20.5	147	12.5	2
+	Б1.Б.03.01	Отечественная история	1				3	3	36	108	108	12.3	87	8.7	2
+	Б1.Б.03.02	История Кубани		1			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	
+	Б1.Б.04	Культурология		2			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	2
+	Б1.Б.05	Психология		2			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	2
+	Б1.Б.06	Социология		3			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	
+	Б1.Б.07	Философия		1			3	3	36	108	108	10.2	94	3.8	2
+	Б1.Б.08	Экономика		3			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	2
+	Б1.Б.09	Математика и статистика	1				3	3	36	108	108	14.3	85	8.7	
+	Б1.Б.10	**Компьютерные технологии и информатика**	1	1			6	6		216	216	24.5	179	12.5	6
+	Б1.Б.10.01	Информатика		1			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	
+	Б1.Б.10.02	Современные компьютерные технологии	1				4	4	36	144	144	16.3	119	8.7	6
+	Б1.Б.11	**Модуль 1 Коммуникология**	22223 3344	335		2	35	35		1260	1260	182.3	988	89.7	16
+	Б1.Б.11.01	Основы теории коммуникации		5			2	2	36	72	72	22.2	46	3.8	
+	Б1.Б.11.02	Социология массовых коммуникаций	2				4	4	36	144	144	12.3	123	8.7	
+	Б1.Б.11.03	Психология массовых коммуникаций	3	3			5	5	36	180	180	20.5	147	12.5	
+	Б1.Б.11.04	Теория и практика массовой информации	23			2	7	7	36	252	252	53.6	181	17.4	4
+	Б1.Б.11.05	Язык массовых коммуникаций	2				3	3	36	108	108	12.3	87	8.7	
+	Б1.Б.11.06	Технологии управления общественным мнением	4				3	3	36	108	108	16.3	83	8.7	4
+	Б1.Б.11.07	Копирайтинг	3				3	3	36	108	108	12.3	87	8.7	
+	Б1.Б.11.08	Спичрайтинг	4				3	3	36	108	108	12.3	87	8.7	
+	Б1.Б.11.09	Имиджмейкинг	2				3	3	36	108	108	12.3	87	8.7	4
+	Б1.Б.11.10	Риторика		3			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	4
+	Б1.Б.12	**Модуль 2 Интегрированные коммуникации**	11222 44	14		14	25	25		900	900	179.5	652	68.5	14
+	Б1.Б.12.01	Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)	1122			1	13	13	36	468	468	108.2	325	34.8	10
+	Б1.Б.12.02	Инновационные технологии в рекламе и ПР		4			2	2	36	72	72	12.2	56	3.8	
+	Б1.Б.12.03	Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта	44			4	6	6	36	216	216	34.6	164	17.4	4
+	Б1.Б.12.04	Брендинг		1			2	2	36	72	72	14.2	54	3.8	
+	Б1.Б.12.05	Технологии социальных сетей в рекламе и ПР	2				2	2	36	72	72	10.3	53	8.7	
+	Б1.Б.13	**Модуль 3 Менеджмент**	234	34455			17	17		612	612	113.9	453	45.1	2
+	Б1.Б.13.01	Деловое общение	2				2	2	36	72	72	8.3	55	8.7	
+	Б1.Б.13.02	Основы менеджмента	4	3			4	4	36	144	144	22.5	109	12.5	
+	Б1.Б.13.03	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	3				3	3	36	108	108	24.3	75	8.7	
+	Б1.Б.13.04	Основы репутационного менеджмента		5			2	2	36	72	72	24.2	44	3.8	
+	Б1.Б.13.05	Консалтинг в связях с общественностью		4			2	2	36	72	72	10.2	58	3.8	
+	Б1.Б.13.06	Связи с общественностью в кризисных ситуациях		5			2	2	36	72	72	14.2	54	3.8	2
+	Б1.Б.13.07	Современная пресс-служба		4			2	2	36	72	72	10.2	58	3.8	
+	Б1.Б.14	**Модуль 4 Маркетинг**	33	35			10	10		360	360	57	278	25	10
+	Б1.Б.14.01	Основы маркетинга	3	3			5	5	36	180	180	18.5	149	12.5	6
+	Б1.Б.14.02	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	3				3	3	36	108	108	14.3	85	8.7	4
+	Б1.Б.14.03	Основы медиапланирования		5			2	2	36	72	72	24.2	44	3.8	
+	Б1.Б.15	Безопасность жизнедеятельности		3			2	2	36	72	72	6.2	62	3.8	
+	Б1.Б.16	Физическая культура и спорт		5			2	2	36	72	72	10.2	58	3.8	
							130	*130*		*4680*	*4680*	*693.1*	*3657*	*329.9*	*90*
Вариативная часть															
+	Б1.В.01	Основы имиджелогии		2			2	2	36	72	72	10.2	58	3.8	
+	Б1.В.02	Предпринимательство в сфере рекламы и ПР		4			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	
+	Б1.В.03	Брендинг территории		5			2	2	36	72	72	16.2	52	3.8	2
+	Б1.В.04	Политический маркетинг в СМИ	5	4			5	5	36	180	180	28.5	139	12.5	4
+	Б1.В.05	Информационная политика	3				3	3	36	108	108	12.3	87	8.7	
+	Б1.В.06	Теория и практика информационных войн	3				3	3	36	108	108	12.3	87	8.7	6
+	Б1.В.ДВ.01	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1**	1				3	3		108	108	20.3	79	8.7	

Индекс	Курс 1: з.е. на курсе	Сессия 1: Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Сессия 2: Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Сессия 3: Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
Б1.Б.01	6	108	4	4	2		85	0.5	12.5	ээ	72	4		2		57	0.3	8.7	э	36		4			28	0.2	3.8	з
Б1.Б.01.01	2	72	4		2		57	0.3	8.7	э																		
Б1.Б.01.02	1	36		4			28	0.2	3.8	з																		
Б1.Б.01.03	1																			36		4			28	0.2	3.8	з
Б1.Б.01.04	2										72	4		2		57	0.3	8.7	э									
Б1.Б.02	5	72		6			66				108		6			98	0.2	3.8	з									
Б1.Б.03	5	108	8		4		87	0.3	8.7	э	72	4		4		60	0.2	3.8	з									
Б1.Б.03.01	3	108	8		4		87	0.3	8.7	э																		
Б1.Б.03.02	2										72	4		4		60	0.2	3.8	з									
Б1.Б.04																												
Б1.Б.05																												
Б1.Б.06																												
Б1.Б.07	3										72	4		2		66				36	2		2		28	0.2	3.8	з
Б1.Б.08																												
Б1.Б.09	3										36	6				30				72		4	4		55	0.3	8.7	э
Б1.Б.10	6	72	4	4			60	0.2	3.8	з	72	4	6			62				72		6			57	0.3	8.7	э
Б1.Б.10.01	2	72	4	4			60	0.2	3.8	з																		
Б1.Б.10.02	4										72	4	6			62				72		6			57	0.3	8.7	э
Б1.Б.11																												
Б1.Б.11.01																												
Б1.Б.11.02																												
Б1.Б.11.03																												
Б1.Б.11.04																												
Б1.Б.11.05																												
Б1.Б.11.06																												
Б1.Б.11.07																												
Б1.Б.11.08																												
Б1.Б.11.09																												
Б1.Б.11.10																												
Б1.Б.12	9	72	18		6		48				108	6	4	4		85	0.3	8.7	э	144	20	4	6	5	96	0.5	12.5	ээр
Б1.Б.12.01	7	72	18		6		48				72		4			59	0.3	8.7	э	108	18	4	4	5	68	0.3	8.7	эр
Б1.Б.12.02																												
Б1.Б.12.03																												
Б1.Б.12.04	2										36	6		4		26				36	2		2		28	0.2	3.8	з
Б1.Б.12.05																												
Б1.Б.13																												
Б1.Б.13.01																												
Б1.Б.13.02																												
Б1.Б.13.03																												
Б1.Б.13.04																												
Б1.Б.13.05																												
Б1.Б.13.06																												
Б1.Б.13.07																												
Б1.Б.14																												
Б1.Б.14.01																												
Б1.Б.14.02																												
Б1.Б.14.03																												
Б1.Б.15																												
Б1.Б.16																												
	37	*432*	*34*	*14*	*12*		*346*	*1*	*25*		*540*	*28*	*16*	*12*		*458*	*1*	*25*		*360*	*22*	*18*	*12*	*5*	*264*	*1.5*	*37.5*	
Б1.В.01																												
Б1.В.02																												
Б1.В.03																												
Б1.В.04																												
Б1.В.05																												
Б1.В.06																												
Б1.В.ДВ.01	3	36	8		4		24				72	4		4		55	0.3	8.7	э									

Учебный план

Курс 2: з.е. на курсе	Сессия 1: Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Сессия 2: Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Сессия 3: Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
3	36		4			28	0.2	3.8	з	72		4			59	0.3	8.7	з									
2	36	4				32				36			4		28	0.2	3.8	з									
2										36	4				32				36			4		28	0.2	3.8	з
13	**72**	**8**		**8**		**56**				**108**	**4**		**8**		**87**	**0.3**	**8.7**	**э**	**288**	**8**	**4**	**16**	**5**	**228**	**0.9**	**26.1**	**3эр**
4																			144	4		8		123	0.3	8.7	э
3	36	4		4		28				36	4		4		28				36		4		5	18	0.3	8.7	эр
3	36	4		4		28				72			4		59	0.3	8.7	э									
3																			108	4		8		87	0.3	8.7	э
8	**72**	**8**	**4**	**6**		**54**				**108**	**2**	**4**	**10**		**74**	**0.6**	**17.4**	**2э**	**108**	**6**	**8**	**10**		**75**	**0.3**	**8.7**	**э**
6	36	4	4	6		22				72	2	4	4		53	0.3	8.7	э	108	6	8	10		75	0.3	8.7	э
2	36	4				32				36			6		21	0.3	8.7	э									
2	**72**	**4**		**4**		**55**	**0.3**	**8.7**	**э**																		
2	72	4		4		55	0.3	8.7	э																		
30	*288*	*24*	*8*	*18*		*225*	*0.5*	*12.5*		*360*	*10*	*8*	*22*		*280*	*1.4*	*38.6*		*432*	*14*	*12*	*30*	*5*	*331*	*1.4*	*38.6*	
2	72	4		6		58	0.2	3.8	з																		

Учебный план

Курс 3																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
2	72	4		4		60	0.2	3.8	з																		
2																			72	4		4		60	0.2	3.8	з
14	144	**14**		**6**		**120**	**0.2**	**3.8**	з	252	**8**	**10**	**10**		**206**	**0.6**	**17.4**	2э	108	**8**	**8**	**4**		**75**	**0.5**	**12.5**	зэ
5	72	4		6		58	0.2	3.8	з	108	4		6		89	0.3	8.7	э									
4	36	4				32				72	4	4	4		60				36	4	4	4		15	0.3	8.7	э
3	36	6				30				72		6			57	0.3	8.7	э									
2																			72	4	4			60	0.2	3.8	з
5	72	**12**	**4**			**56**				72	**4**	**4**	**4**		**56**	**0.2**	**3.8**	э	36			**8**		**19**	**0.3**	**8.7**	э
2	36	8				28				36			4		28	0.2	3.8	з									
3	36	4	4			28				36	4	4			28				36			8		19	0.3	8.7	э
8										72	**4**		**2**		**62**	**0.2**	**3.8**	э	216	**12**	**4**	**10**		**172**	**0.6**	**17.4**	2э
5										72	4		2		62	0.2	3.8	з	108	6		6		87	0.3	8.7	э
3																			108	6	4	4		85	0.3	8.7	э
2	72			6		62	0.2	3.8	з																		
33	*360*	*30*	*4*	*16*		*298*	*0.6*	*11.4*		*396*	*16*	*14*	*16*		*324*	*1*	*25*		*432*	*24*	*12*	*26*		*326*	*1.6*	*42.4*	
3	36	4				32				72			8		55	0.3	8.7	э									
3																			108	4		8		87	0.3	8.7	э

Учебный план

Курс 4																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
6	72	**6**	**2**	**2**		**62**				108	**6**	4	4		**85**	**0.3**	**8.7**	э	36		4			**23**	**0.3**	**8.7**	э
3	36	4		2		30				36	2		4		30				36		4			23	0.3	8.7	э
3	36	2	2			32				72	4	4			55	0.3	8.7	э									
8	36	**6**	**4**	**4**		**22**				72	**4**	**4**			**55**	**0.3**	**8.7**	э	180	**4**	**4**	**12**	**4**	**143**	**0.5**	**12.5**	ээр
2																			72	4		8		56	0.2	3.8	з
6	36	6	4	4		22				72	4	4			55	0.3	8.7	э	108		4	4	4	87	0.3	8.7	эр
6	36	**6**				**30**				36			**4**		**23**	**0.3**	**8.7**	э	144	**8**		**12**		**116**	**0.4**	**7.6**	2э
2	36	6				30				36			4		23	0.3	8.7	э									
2																			72	4		6		58	0.2	3.8	з
2																			72	4		6		58	0.2	3.8	з
20	*144*	*18*	*6*	*6*		*114*				*216*	*10*	*8*	*8*		*163*	*0.9*	*26.1*		*360*	*12*	*8*	*24*	*4*	*282*	*1.2*	*28.8*	
2	36	2		2		32				36	2		2		28	0.2	3.8	з									
1																			36	4	4			28			
4																			144	4		4		132	0.2	3.8	з

Учебный план

Курс 5																												Закрепленная кафедра		-
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3											
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Код	Наименование	Компетенции
																														ОК-5
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-5
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-5
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-5
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-5
																												3	Английского языка в профессиональной сфере	ОК-5
																														ОК-2
																												97	Истории России	ОК-2
																												97	Истории России	ОК-2
																												97	Истории России	ОК-2; ОК-6
																												66	Психологии личности и общей психологии	ОК-6; ОК-7
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ПК-10
																												89	Философии	ОК-1
																												77	Теоретической экономики	ОК-3
																												38	Информационных образовательных технологий	ОПК-6; ПК-11
																														ОПК-6; ПК-11
																												38	Информационных образовательных тех	ОПК-6; ПК-11
																												38	Информационных образовательных тех	ОПК-6; ПК-11
2	**72**	**8**		**14**		**46**	**0.2**	**3.8**	**з**																					**ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-10; ПК-11; ПК-12**
2	72	8		14		46	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-4; ПК-6; ПК-7
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ПК-10; ПК-11
																												67	Публицистики и журналистского мастер	ОК-6; ОПК-4; ОПК-5
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ПК-12
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-5
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-4; ОПК-4; ОПК-5
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-3
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-3; ПК-6; ПК-7
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-7; ПК-6
																												67	Публицистики и журналистского мастер	ОК-5; ПК-7
																														ОПК-1; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-5; ПК-7; ПК-8; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5; ПК-7; ПК-12; ПК-13; ПК-14
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-6; ПК-5; ПК-14
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-3; ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-1; ПК-11; ПК-13
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-6; ПК-13; ПК-16
4	**144**	**14**	**12**	**12**		**98**	**0.4**	**7.6**	**2з**																					**ОК-5; ОК-6; ОК-9; ОПК-2; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-15**
																												67	Публицистики и журналистского мастер	ОК-5; ОК-6
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ПК-2; ПК-3
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-2; ПК-1; ПК-15
2	72	8	8	8		44	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ПК-1; ПК-6
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-2; ПК-4; ПК-5
2	72	6	4	4		54	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-9; ОПК-6
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-2; ПК-6; ПК-7
2	**72**	**8**	**8**	**8**		**44**	**0.2**	**3.8**	**з**																					**ОК-3; ОПК-4; ПК-9; ПК-11; ПК-15**
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-3; ПК-9; ПК-11; ПК-15
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-3; ПК-9; ПК-11
2	72	8	8	8		44	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-4
																												56	Общей, неорганической химии и информационно-вычислительных	ОК-9
2	72	10				58	0.2	3.8	з																			21	Физического воспитания	ОК-8
10	*360*	*40*	*20*	*34*		*246*	*1*	*19*																						
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-7; ПК-6
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-2; ПК-3; ПК-4
1	36		4	4		24	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-4; ОПК-5; ПК-5; ПК-10
1	36	8		12		7	0.3	8.7	э																			71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-4; ПК-9; ПК-15
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-6; ПК-7; ПК-12
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-6; ПК-7; ПК-11
																														ОК-2; ПК-5

Учебный план

-	-	-	-	Форма контроля				з.е.		-	Итого акад.часов						Курс 1																											
																	-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
-	Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Контроль	Интер часы	з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
☐	+	Б1.В.ДВ.01.01	История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел	1				3	3	36	108	108	20.3	79	8.7		3	36	8		4		24				72	4		4		55	0.3	8.7	э									
☐	-	Б1.В.ДВ.01.02	История мировой литературы и искусства в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел	1				3	3	36	108	108	20.3	79	8.7		3	36	8		4		24				72	4		4		55	0.3	8.7	э									
	+	Б1.В.ДВ.02	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2**	**4**				**3**	**3**		**108**	**108**	**10.3**	**89**	**8.7**	**4**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.02.01	Политический дискурс	4				3	3	36	108	108	10.3	89	8.7	4																												
☐	-	Б1.В.ДВ.02.02	Организация и проведение избирательной кампании	4				3	3	36	108	108	10.3	89	8.7	4																												
	+	Б1.В.ДВ.03	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3**		**2**			**2**	**2**		**72**	**72**	**8.2**	**60**	**3.8**	**4**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.03.01	Региональный рекламно-информационный рынок		2			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	4																												
☐	-	Б1.В.ДВ.03.02	Медиакарта региона		2			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	4																												
	+	Б1.В.ДВ.04	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4**		**2**			**1**	**1**		**36**	**36**	**6.2**	**26**	**3.8**																													
☐	+	Б1.В.ДВ.04.01	Искусство бизнес-презентации		2			1	1	36	36	36	6.2	26	3.8																													
☐	-	Б1.В.ДВ.04.02	Переговорный процесс		2			1	1	36	36	36	6.2	26	3.8																													
	+	Б1.В.ДВ.05	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5**		**3**			**2**	**2**		**72**	**72**	**10.2**	**58**	**3.8**																													
☐	+	Б1.В.ДВ.05.01	Основы бухгалтерского учета и аудита в профессиональной сфере		3			2	2	36	72	72	10.2	58	3.8																													
☐	-	Б1.В.ДВ.05.02	Экспертные оценки в профессиональной сфере		3			2	2	36	72	72	10.2	58	3.8																													
	+	Б1.В.ДВ.06	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6**		**2**			**1**	**1**		**36**	**36**	**4.2**	**28**	**3.8**	**4**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.06.01	Профессиональная этика специалиста по рекламе и ПР		2			1	1	36	36	36	4.2	28	3.8	4																												
☐	-	Б1.В.ДВ.06.02	Профессиональные этические кодексы		2			1	1	36	36	36	4.2	28	3.8	4																												
	+	Б1.В.ДВ.07	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.7**		**22**			**3**	**3**		**108**	**108**	**20.4**	**80**	**7.6**																													
☐	+	Б1.В.ДВ.07.01	История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Русский раздел		22			3	3	36	108	108	20.4	80	7.6																													
☐	-	Б1.В.ДВ.07.02	История мировой литературы и искусства в контексте рекламы и ПР. Русский раздел		22			3	3	36	108	108	20.4	80	7.6																													
	+	Б1.В.ДВ.08	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.8**		**3**			**1**	**1**		**36**	**36**	**6.2**	**26**	**3.8**	**2**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.08.01	Интернет-реклама		3			1	1	36	36	36	6.2	26	3.8	2																												
☐	-	Б1.В.ДВ.08.02	Вирусная реклама		3			1	1	36	36	36	6.2	26	3.8	2																												
	+	Б1.В.ДВ.09	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.9**		**4**			**2**	**2**		**72**	**72**	**6.2**	**62**	**3.8**																													
☐	+	Б1.В.ДВ.09.01	Работа с текстами в рекламе и ПР		4			2	2	36	72	72	6.2	62	3.8																													
☐	-	Б1.В.ДВ.09.02	Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов		4			2	2	36	72	72	6.2	62	3.8																													
	+	Б1.В.ДВ.10	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.10**		**4**			**2**	**2**		**72**	**72**	**8.2**	**60**	**3.8**																													
☐	+	Б1.В.ДВ.10.01	Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности		4			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8																													
☐	-	Б1.В.ДВ.10.02	Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности		4			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8																													
	+	Б1.В.ДВ.11	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.11**		**5**			**1**	**1**		**36**	**36**	**8.2**	**24**	**3.8**	**4**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.11.01	Мастер-класс 1		5			1	1	36	36	36	8.2	24	3.8	4																												
☐	-	Б1.В.ДВ.11.02	Мастер-класс 2		5			1	1	36	36	36	8.2	24	3.8	4																												
	+	Б1.В.ДВ.12	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.12**		**4**			**2**	**2**		**72**	**72**	**8.2**	**60**	**3.8**	**4**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.12.01	Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании		4			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	4																												
☐	-	Б1.В.ДВ.12.02	Рекламно-информационный практикум		4			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	4																												
	+	Б1.В.ДВ.13	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.13**		**4**			**1**	**1**		**36**	**36**	**8.2**	**24**	**3.8**																													
☐	+	Б1.В.ДВ.13.01	Работа в творческой студии		4			1	1	36	36	36	8.2	24	3.8																													
☐	-	Б1.В.ДВ.13.02	Журналистское мастерство в контексте рекламной и ПР-деятельности		4			1	1	36	36	36	8.2	24	3.8																													
	+	Б1.В.ДВ.14	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.14**		**5**			**1**	**1**		**36**	**36**	**10.2**	**22**	**3.8**	**4**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.14.01	Спецсеминар 1		5			1	1	36	36	36	10.2	22	3.8	4																												
☐	-	Б1.В.ДВ.14.02	Спецсеминар 2		5			1	1	36	36	36	10.2	22	3.8	4																												
	+	Б1.В.ДВ.15	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.15**		**4**			**2**	**2**		**72**	**72**	**8.2**	**60**	**3.8**	**4**																												
☐	+	Б1.В.ДВ.15.01	Выпуск рекламной / корпоративной газеты, сетевого издания		4			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	4																												
☐	-	Б1.В.ДВ.15.02	Выпуск рекламной / корпоративной теле-, радио программы		4			2	2	36	72	72	8.2	60	3.8	4																												
	+	Б1.В.ДВ.16	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.16**		**4**			**1**	**1**		**36**	**36**	**4.2**	**28**	**3.8**																													
☐	+	Б1.В.ДВ.16.01	Проектирование и выпуск рекламного ролика		4			1	1	36	36	36	4.2	28	3.8																													
☐	-	Б1.В.ДВ.16.02	Проектирование и выпуск рекламного плаката		4			1	1	36	36	36	4.2	28	3.8																													
	+	Б1.В.ДВ.17	**Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.17**		**1**			**2**	**2**		**72**	**72**	**12.2**	**56**	**3.8**	**2**	2										36	**4**	**4**			**28**				36	**2**	**2**			**28**	**0.2**	**3.8**	**з**
☐	+	Б1.В.ДВ.17.01	Цифровая допечатная подготовка издательской продукции		1			2	2	36	72	72	12.2	56	3.8	2	2										36	4	4			28				36	2	2			28	0.2	3.8	з
☐	-	Б1.В.ДВ.17.02	Цифровая допечатная подготовка рекламной и ПР-продукции		1			2	2	36	72	72	12.2	56	3.8	2	2										36	4	4			28				36	2	2			28	0.2	3.8	з
	+	Б1.В.ДВ.18	**Элективные дисциплины по физической культуре и спорту**									**328**		**328**																						328					**328**			
☐	+	Б1.В.ДВ.18.01	Баскетбол									328		328																						328					328			
☐	-	Б1.В.ДВ.18.02	Волейбол									328		328																						328					328			
☐	-	Б1.В.ДВ.18.03	Бадминтон									328		328																						328					328			

Учебный план

Курс 2																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.
2										36	4				**32**				36			4		**28**	**0.2**	**3.8**	з
2										36	4				32				36			4		28	0.2	3.8	з
2										36	4				32				36			4		28	0.2	3.8	з
1										36		**6**			**26**	**0.2**	**3.8**	з									
1										36		6			26	0.2	3.8	з									
1										36		6			26	0.2	3.8	з									
1										36			**4**		**28**	**0.2**	**3.8**	з									
1										36			4		28	0.2	3.8	з									
1										36			4		28	0.2	3.8	з									
3	36	**4**		**2**		**30**				36	**4**		**4**		**24**	**0.2**	**3.8**	з	36	**4**		**2**		**26**	**0.2**	**3.8**	з
3	36	4		2		30				36	4		4		24	0.2	3.8	з	36	4		2		26	0.2	3.8	з
3	36	4		2		30				36	4		4		24	0.2	3.8	з	36	4		2		26	0.2	3.8	з

Учебный план

Курс 3																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.
2																			72	**4**	**4**	**2**		**58**	**0.2**	**3.8**	з
2																			72	4	4	2		58	0.2	3.8	з
2																			72	4	4	2		58	0.2	3.8	з
1																			36			**6**		**26**	**0.2**	**3.8**	з
1																			36			6		26	0.2	3.8	з
1																			36			6		26	0.2	3.8	з

Учебный план

Курс 4																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
3																			108	4		6		89	0.3	8.7	э
3																			108	4		6		89	0.3	8.7	э
3																			108	4		6		89	0.3	8.7	э
2	72	2	4			62	0.2	3.8	з																		
2	72	2	4			62	0.2	3.8	з																		
2	72	2	4			62	0.2	3.8	з																		
2	36	2	2			32				36	2	2			28	0.2	3.8	з									
2	36	2	2			32				36	2	2			28	0.2	3.8	з									
2	36	2	2			32				36	2	2			28	0.2	3.8	з									
2	36		4			32				36		4			28	0.2	3.8	з									
2	36		4			32				36		4			28	0.2	3.8	з									
2	36		4			32				36		4			28	0.2	3.8	з									
1										18		4			14				18		4			10	0.2	3.8	з
1										18		4			14				18		4			10	0.2	3.8	з
1										18		4			14				18		4			10	0.2	3.8	з
2										36		4			32				36		4			28	0.2	3.8	з
2										36		4			32				36		4			28	0.2	3.8	з
2										36		4			32				36		4			28	0.2	3.8	з
1	36		4			28	0.2	3.8	з																		
1	36		4			28	0.2	3.8	з																		
1	36		4			28	0.2	3.8	з																		

Учебный план

Курс 5																												Закрепленная кафедра		-
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3											
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Код	Наименование	Компетенции
																												41	Истории и правового регулирования ма	ОК-2; ПК-5
																												41	Истории и правового регулирования ма	ОК-2; ПК-5
																														ПК-6; ПК-7
																												67	Публицистики и журналистского мастер	ПК-6; ПК-7
																												67	Публицистики и журналистского мастер	ПК-6; ПК-7
																														ПК-8; ПК-11
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-11
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-11
																														ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																														ПК-1; ПК-11
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-1; ПК-11
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-1; ПК-11
																														ОК-6; ПК-6
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ПК-6
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ПК-6
																														ОК-2; ПК-5
																												41	Истории и правового регулирования ма	ОК-2; ПК-5
																												41	Истории и правового регулирования ма	ОК-2; ПК-5
																														ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																														ОПК-3; ПК-8
																												67	Публицистики и журналистского мастер	ОПК-3; ПК-8
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОПК-3; ПК-8
																														ОК-4; ПК-13
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-4; ПК-13
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ОК-4; ПК-13
1	36			8		24	0.2	3.8	з																					**ПК-6; ПК-7**
1	36			8		24	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-6; ПК-7
1	36			8		24	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-6; ПК-7
																														ПК-7; ПК-13; ПК-14
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-7; ПК-13; ПК-14
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-7; ПК-13; ПК-14
																														ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
1	36			10		22	0.2	3.8	з																					**ПК-1**
1	36			10		22	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-1
1	36			10		22	0.2	3.8	з																			71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-1
																														ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																														ПК-5; ПК-8
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-5; ПК-8
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-5; ПК-8
																														ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																												71	Рекламы и связей с общественностью	ПК-8; ПК-16
																														ОК-8
																												21	Физического воспитания	ОК-8
																												21	Физического воспитания	ОК-8
																												21	Физического воспитания	ОК-8

Учебный план

-	-	-	-	Форма контроля				з.е.		-	Итого акад.часов					
-	Считать в плане	Индекс	Наименование	Экзамен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспертное	Факт	Часов в з.е.	Экспертное	По плану	Контакт часы	СР	Контроль	Интер часы
	-	Б1.В.ДВ.18.04	Общая физическая и профессионально-прикладная подготовка									328		328		
	-	Б1.В.ДВ.18.05	Футбол									328		328		
	-	Б1.В.ДВ.18.06	Легкая атлетика									328		328		
	-	Б1.В.ДВ.18.07	Атлетическая гимнастика									328		328		
	-	Б1.В.ДВ.18.08	Аэробика и фитнес технологии									328		328		
	-	Б1.В.ДВ.18.09	Единоборства									328		328		
	-	Б1.В.ДВ.18.10	Плавание									328		328		
	-	Б1.В.ДВ.18.11	Физическая рекреация									328		328		
								47	47		1692	2020	247.5	1653	119.5	44
								177	177		6372	6700	940.6	5310	449.4	134
Блок 2.Практики																
Вариативная часть																
	+	Б2.В.01	**Учебная практика**			**12**		18	**18**		**648**	**648**	144	**504**		
	+	Б2.В.01.01(У)	Первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)			1		9	9	36	324	324	72	252		
	+	Б2.В.01.02(У)	Вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)			2		9	9	36	324	324	72	252		
	+	Б2.В.02	**Производственная практика**			**345**		39	**39**		**1404**	**1404**	**52**	**1352**		
	+	Б2.В.02.01(П)	Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности			3		12	12	36	432	432	48	384		
	+	Б2.В.02.02(Пд)	Преддипломная практика			45		27	27	36	972	972	4	968		
								57	57		2052	2052	196	1856		
								57	57		2052	2052	196	1856		
Блок 3.Государственная итоговая аттестация																
Базовая часть																
	+	Б3.Б.01(Д)	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты					6	6	36	216	216	20.5	195.5		
								6	6		216	216	20.5	195.5		
								6	6		216	216	20.5	195.5		
ФТД.Факультативы																
Вариативная часть																
	+	ФТД.В.01	Корпоративный PR		2			1	1	36	36	36	6.2	26	3.8	
	+	ФТД.В.02	Современные компьютерные технологии в PR		3			1	1	36	36	36	8.2	24	3.8	
								2	2		72	72	14.4	50	7.6	
								2	2		72	72	14.4	50	7.6	

	Курс 1																											
	-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
Индекс	з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
Б1.В.ДВ.18.04																				328					328			
Б1.В.ДВ.18.05																				328					328			
Б1.В.ДВ.18.06																				328					328			
Б1.В.ДВ.18.07																				328					328			
Б1.В.ДВ.18.08																				328					328			
Б1.В.ДВ.18.09																				328					328			
Б1.В.ДВ.18.10																				328					328			
Б1.В.ДВ.18.11																				328					328			
	5	36	8		4		24				108	8	4	4		83	0.3	8.7		364	2	2			356	0.2	3.8	
	42	468	42	14	16		370	1	25		648	36	20	16		541	1.3	33.7		724	24	20	12	5	620	1.7	41.3	
Б2.В.01	9																			324					**252**	**72**		**о**
Б2.В.01.01(У)	9																			324					252	72		о
Б2.В.01.02(У)																												
Б2.В.02																												
Б2.В.02.01(П)																												
Б2.В.02.02(Пд)																												
	9																			324					252	72		
	9																			324					252	72		
Б3.Б.01(Д)																												
ФТД.В.01																												
ФТД.В.02																												

Учебный план

Курс 2																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.
9	108	8		8		88	0.2	3.8		144	8	6	8		110	0.6	11.4		72	4		6		54	0.4	7.6	
39	396	32	8	26		313	0.7	16.3		504	18	14	30		390	2	50		504	18	12	36	5	385	1.8	46.2	
9																			324					**252**	**72**		**о**
9																			324					252	72		о
9																			324					252	72		
9																			324					252	72		
1										36	2		4		26	0.2	3.8	з									
1										36	2		4		26	0.2	3.8										
1										36	2		4		26	0.2	3.8										

Учебный план

Курс 3																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.
9	36	4				32				72			8		55	0.3	8.7		216	8	4	16		171	0.7	16.3	
42	396	34	4	16		330	0.6	11.4		468	16	14	24		379	1.3	33.7		648	32	16	42		497	2.3	58.7	
12																			432					**384**	**48**		**о**
12																			432					384	48		о
12																			432					384	48		
12																			432					384	48		
1										36		8			24	0.2	3.8	з									
1										36		8			24	0.2	3.8										
1										36		8			24	0.2	3.8										

Учебный план

Курс 4																											
-	Сессия 1									Сессия 2									Сессия 3								
з.е. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КРП	СР	ИКР	Конт роль	Формы контр.
20	216	6	14	2		186	0.4	7.6		162	4	14	2		130	0.6	11.4		342	12	12	10		287	0.9	20.1	
40	360	24	20	8		300	0.4	7.6		378	14	22	10		293	1.5	37.5		702	24	20	34	4	569	2.1	48.9	
15																			540					**538**	**2**		**о**
15																			540					538	2		о
15																			540					538	2		
15																			540					538	2		

Учебный план

-	Курс 3																										Закрепленная кафедра		-
	Сессия 1									Сессия 2								Сессия 3											
л.н. на курсе	Итого	Лек	Лаб	Пр	КПП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КПП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Итого	Лек	Лаб	Пр	КПП	СР	ИКР	Контроль	Формы контр.	Код	Наименование	Компетенции
																												21	Физического воспитания	ОК8
																												21	Физического воспитания	ОК8
																												21	Физического воспитания	ОК8
																												21	Физического воспитания	ОК8
																												21	Физического воспитания	ОК8
																												21	Физического воспитания	ОК8
																												21	Физического воспитания	ОК8
																												21	Физического воспитания	ОК8
4	144	8	4	34		77	0.9	20.1																						
14	504	48	24	68		323	1.9	38.1																						
																														ПК-6; ПК-7
																												71	Реклама и связей с общественностью	ПК-6; ПК-7
																												71	Реклама и связей с общественностью	ПК-6; ПК-7
12										432				**430**	**2**		**0**													**ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16**
																												71	Реклама и связей с общественностью	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-8; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
12										432				430	2		0											71	Реклама и связей с общественностью	ПК-4; ПК-5; ПК-9; ПК-10; ПК-11
12										432				430	2															
12										432				430	2															
6										216				195.5	20.5													71	Реклама и связей с общественностью	ОК1; ОК2; ОК3; ОК4; ОК5; ОК6; ОК7; ОК8; ОК9; ОПК1; ОПК2; ОПК3; ОПК4; ОПК5; ОПК6; ПК1; ПК2; ПК3; ПК4; ПК5; ПК6; ПК7; ПК8; ПК9; ПК10; ПК11; ПК12; ПК13; ПК14; ПК15; ПК16
6										216				195.5	20.5															
6										216				195.5	20.5															
																												71	Реклама и связей с общественностью	ПК-6; ПК-7
																												71	Реклама и связей с общественностью	ПК-5; ПК-11

СВОДНЫЕ ДАННЫЕ

	Итого						Курс 1	Курс 2	Курс 3	Курс 4	Курс 5
	Баз.%	Вар.%	ДВ(от Вар.)%	з.е.							
				Мин.	Макс.	Факт					
Итого (с факультативами)				227	265	242	51	49	55	55	32
Итого по ОП (без факультативов)				225	255	240	51	48	54	55	32
Дисциплины (модули)	73%	27%	63.8%	165	177	177	42	39	42	40	14
Базовая часть				117	141	130	37	30	33	20	10
Вариативная часть				36	48	47	5	9	9	20	4
Практики	0%	100%	0%	54	69	57	9	9	12	15	12
Вариативная часть				54	69	57	9	9	12	15	12
Государственная итоговая аттестация				6	9	6					6
Базовая часть				6	9	6					6
Факультативы				2	10	2		1	1		
Вариативная часть				2	10	2		1	1		
Процент ... занятий от аудиторных	лекционных					39.87%					
	в интерактивной форме					14.7%					
Учебная нагрузка (акад.час/нед)	ОП, факультативы					49.1	54.7	42.8	48.9	48.6	53.1
	в период гос. экзаменов										
Контактная работа (акад.час/год)	ОП - элект. курсы по физ.к.					188.1	209	203.5	202.2	184	141.9
Аудиторная нагрузка (акад.час/год)	ОП - элект. курсы по физ.к.					181.6	200	194	198	176	140
Обязательные формы контроля	ЭКЗАМЕНЫ (Экз)						8	9	8	6	1
	ЗАЧЕТЫ (За)						8	9	9	11	7
	КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР)						1	1		1	

ОБНОВЛЕНИЕ (АКТУАЛИЗАЦИЯ) ООП

НА 2018/2019 УЧ. ГОД

Протокол заседания кафедры № 10 от 9.04.2018 г.

Протокол заседания УМК факультета №15-18 от 25.04.2018 г.

Протокол Ученого совета факультета № 10-18 от 19.04.2018 г.

Приложение 2.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.01.01
«Русский язык»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 6,3 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 2 ч.; 57 часов самостоятельной работы; 8,7 часов контроль; 0,3 часа ИКР)*.

Цель дисциплины - создать целостное представление о происхождении и функционировании системы современного русского языка, о лексических, фонетических, грамматических, фразеологических единицах, о синтаксисе и пунктуации.

Задачи дисциплины:

– изучать русский язык с точки зрения его происхождения и современного состояния;
– обучить методике анализа лексических, грамматических, фонетических, фразеологических единиц в контексте предложений;
– овладеть пунктуационной грамотностью современного русского языка;
– углубить знания студентов в области современной орфографии и пунктуации;
– повысить письменную и речевую грамотность.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.Б.01.01 «Русский язык» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана и закладывает основы для его дальнейшего лингвистического образования посредством курсов практикум по русскому языку, основы культуры речи, язык массовых коммуникаций.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-5;	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней	грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.	правильными речевыми приемами устной речи и правилами письменной речи. Навыками анализа морфологических форм, предложений, сложных синтаксических

Основные разделы дисциплины в 1 семестре:

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Лексикология и фразеология	10	2			10
2.	Фонетика и орфоэпия.	10		2		10
3.	Графика и орфография	10				10
4.	Словообразование.	10				10
5.	Грамматика. Морфология	10	2			10
6.	Синтаксис	22				7
	Итого по дисциплине:	***72***	***4***	***2***		***57***

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Купина, Н.А. Основы стилистики и культуры речи [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.А. Купина, О.А. Михайлова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 296 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51997

2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под общ. ред. А. П. Панфиловой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Профессиональное образование). — [Электронный ресурс] — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/82FA4372-C48B-4106-88BC-0E2650246585

3. Русский язык и культура речи : учебник для академического бакалавриата / В. И. Максимов [и др.]; под ред. В. И. Максимова, А. В. Голубевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 382 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/CCBBD9A7-0581-439F-83DD-9B0638DBBCAF

4. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь : учеб.-практ. пособие для академического бакалавриата / В. Д. Черняк [и др.]; под общ. ред. В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 525 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/F3ADC7A6-6239-427D-9419-B1CC0E7E8193

5. Русский язык и культура речи. Синтаксис: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97229

Автор РПД – д-р, филол. наук, проф. Демина Л.И.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.01.02
«Практикум по русскому языку»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 4,2 часа аудиторной нагрузки: 4 ч. лабораторных занятий;0,2 часа ИКР; самостоятельной работы 28 часов; 3,8 часа контроль)*.

Цель дисциплины - создать целостное представление о происхождении и функционировании системы современного русского языка, о лексических, фонетических, грамматических, фразеологических единицах, о синтаксисе и пунктуации.

Задачи дисциплины:

- изучать русский язык с точки зрения его происхождения и современного состояния;
- обучить методике анализа лексических, грамматических, фонетических, фразеологических единиц в контексте предложений;
- овладеть пунктуационной грамотностью современного русского языка;
- углубить знания студентов в области современной орфографии и пунктуации;
- повысить письменную и речевую грамотность.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.Б.01.02 «Практикум по русскому языку» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана и закладывает основы для его дальнейшего лингвистического образования посредством курсов русскому язык, основы культуры речи, язык массовых коммуникаций.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней	грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.	правильными речевыми приемами устной речи и правилами письменной речи. Навыками анализа морфологических форм, предложений, сложных синтаксических

Основные разделы дисциплины в 1 семестре:

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	.	3	4	5	6	7
1.	Нормы русского языка. Орфоэпические. Морфологические. Синтаксические	6			1	4
2.	Нормы орфографии.	6				6
3.	Нормы пунктуации	6			1	4
4.	Фразеология и выразительность речи	6				6
5.	Словообразование и речевая культура.	6			1	4
6.	Стилистические нормы	6			1	4
	Итого по дисциплине:	***36***			***4***	***28***

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Купина, Н.А. Основы стилистики и культуры речи [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.А. Купина, О.А. Михайлова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 296 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51997.

2. Товт, А.М. Практикум по русскому языку и культуре речи (для студентов-нефилологов) [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 168 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51850

Автор РПД - М. А. Кучменко,
преподаватель, кандидат филологических наук

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.01.03
«Практикум по культуре речи»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, 4,2 контактные часа, 4 часа лабораторных работ, 0,2 часа ИКР, 28 ч.- СР, 3,8 часа контроль)*.

Цель освоения дисциплины связана с повышением общей речевой культуры студентов, совершенствованием владения нормами устного и письменного литературного языка; развитием навыков и умений эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения

Задачи дисциплины:

- использовать навыки публичной и профессиональной коммуникации и речевой культуры в ситуациях профессионального общения;
-владеть навыками осуществления деловой переписки, полемики, дискуссии, чтения докладов, написания научных статей;
- овладеть пунктуационной грамотностью современного русского языка;
- углубить знания студентов в области современной орфографии и пунктуации;
- повысить письменную и речевую грамотность

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.Б.01.03 «Практикум по культуре речи» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана и закладывает основы коммуникации посредством курсов практикум по русскому языку, основы культуры речи, язык массовых коммуникаций.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-5;	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней	грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.	правильными речевыми приемами устной речи и правилами письменной речи. Навыками анализа морфологических форм, предложений, сложных синтаксических

Основные разделы дисциплины во 2 семестре:

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	.	3	4	5	6	7
1.	Нормы русского языка. Орфоэпические. Морфологические. Синтаксические	6			1	4
2.	Нормы орфографии.	6				6
3.	Нормы пунктуации	6			1	4
4.	Фразеология и выразительность речи	6				6

5.	Словообразование и речевая культура.	6			1	4
6.	Стилистические нормы	6			1	4
	Итого по дисциплине:	***36***			***4***	***28***

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Купина, Н.А. Основы стилистики и культуры речи [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.А. Купина, О.А. Михайлова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 296 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51997.
2. Товт, А.М. Практикум по русскому языку и культуре речи (для студентов-нефилологов) [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 168 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51850

Автор РПД - М. А. Кучменко,
преподаватель, кандидат филологических наук

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.01.04
«Основы культуры речи»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 6,3 контактных часа, 4 часа – лекции,2 часа практических занятий; 57 часов - СР, контроль 8,7 ч., 0,3 ч. ИКР).*

Цель дисциплины связана с повышением общей речевой культуры студентов, совершенствованием владения нормами устного и письменного литературного языка; развитием навыков и умений эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения

Задачи дисциплины:

- использовать навыки публичной и профессиональной коммуникации и речевой культуры в ситуациях профессионального общения;
-владеть навыками осуществления деловой переписки, полемики, дискуссии, чтения докладов, написания научных статей;
- овладеть пунктуационной грамотностью современного русского языка;
- углубить знания студентов в области современной орфографии и пунктуации;
- повысить письменную и речевую грамотность

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.Б.01.04 «Основы культуры речи» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана и закладывает основы коммуникации посредством курсов практикум по русскому языку, основы культуры речи, язык массовых коммуникаций.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-5;	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней	грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.	правильными речевыми приемами устной речи и правилами письменной речи. Навыками анализа морфологических форм, предложений, сложных синтаксических

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5		7
1.	Современная языковая ситуация.	10				10
2.	Нормы орфографии и пунктуации	12	2			10
3.	Синтаксические нормы	10				10
4.	Словообразование и речевая культура	13		2		10
5.	Стилистические нормы	12	2			10
6.	Культурная грамотность. Речевой этикет.	15				17
	Всего по дисциплине	**72**	**4**	**2**		**57**

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Купина, Н.А. Основы стилистики и культуры речи [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.А. Купина, О.А. Михайлова.

— Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 296 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51997
2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под общ. ред. А. П. Панфиловой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Профессиональное образование). — [Электронный ресурс] — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/82FA4372-C48B-4106-88BC-0E2650246585
3. Русский язык и культура речи : учебник для академического бакалавриата / В. И. Максимов [и др.]; под ред. В. И. Максимова, А. В. Голубевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 382 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/CCBBD9A7-0581-439F-83DD-9B0638DBBCAF
4. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь : учеб.-практ. пособие для академического бакалавриата / В. Д. Черняк [и др.]; под общ. ред. В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 525 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/F3ADC7A6-6239-427D-9419-B1CC0E7E8193
5. Русский язык и культура речи. Синтаксис: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97229

Автор РПД – д-р, филол. наук, проф. Демина Л.И.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.02
«Иностранный язык»

Объем трудоемкости: *8 зачетных единиц, 1 экзаменационная (288 часов, из них 20 часов аудиторной нагрузки, 251 час самостоятельной работы и 17 часов контроля)*

Цель дисциплины: – развитие иноязычной общей коммуникативной и профессиональной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности. Под коммуникативной компетенцией понимается умение соотносить языковые средства с конкретными сферами, ситуациями, условиями и задачами общения. Совершенствование иноязычной коммуникативной компетенции предполагает дальнейшее развитие речевых, языковых, социокультурных, компенсаторных, учебно-познавательных и профессионально-ориентированных умений.

Задачи дисциплины: Задачи, равно как и цели обучения иностранному языку, сообразуются с объёмом аудиторных и внеаудиторных часов, отводимых по учебному плану и формулируются как конечные требования к знаниям и умениям. Основными задачами подготовки студентов являются:

a) формирование и совершенствование языковых навыков в области фонетики, лексики, грамматики;
b) развитие умений иноязычного общения (аудирование, говорение, чтение, письмо) в разных сферах и ситуациях (устные контакты, книжно-письменное общение).
c) расширение кругозора, повышение общей культуры мышления, общения и речи;
d) приобретение общекультурных и культурно-специфических знаний в аспекте уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов для более успешной социализации в поликультурном обществе;
e) удовлетворение познавательных интересов обучающихся при изучении специальной литературы на английском языке и творческом осмыслении зарубежного опыта в профилирующей и смежных областях науки и техники;
f) развитие навыков самостоятельной работы и стимулирование стремления самостоятельно повышать уровень языковой и речевой компетенции.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Изучение иностранного языка относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению 42.03.01 **«Реклама и связи с общественностью»** (бакалавриат) и является обязательным учебным курсом.

Как учебный предмет эта дисциплина характеризуется *межпредметностью, многоуровневостью, полифункциональностью.* Межпредметность предполагает объективную логическую связь сведений из разных областей знания, являющихся содержанием речи на иностранном языке в профессиональной сфере. Многоуровневость проявляется, одной стороны, в необходимости овладения различными языковыми средствами: лексическими, грамматическими, фонетическими, а с другой – умениями в четырех видах речевой деятельности. Под полифункциональностью подразумеваются возможности учебной дисциплины выступать как множественная цель обучения (образовательная, воспитательная, профессионально-деятельностная) и как средство приобретения сведений в самых различных областях знания. Тематики учебного материала, следовательно, согласуется с предполагаемыми сферами и ситуациями иноязычного общения бакалавра соответствующего направления.

Иностранный язык как ни какой другой предмет имеет тесную связь с множеством гуманитарных дисциплин. Насколько разнообразна окружающая нас действительность, настолько широк охват рассматриваемых на занятиях по иностранному языку реалий и проблем. Специфика специальности требует приоритетного внимания к определенной профессионально-ориентированной тематике.

В системе обучения студентов по направлению **42.03.01 «Реклама с связи с общественностью»**, дисциплина «Иностранный язык» тесно связана с рядом специальных дисциплин, таких как: «Современные компьютерные технологии», «Имиджмейкинг», «Брендинг», «Копирайтинг» и др. Это обеспечивает практическую направленность в системе обучения и соответствующий уровень использования иностранного язык в будущей профессиональной деятельности.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: _____ОК5

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК5	Способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и	• нормы произношения, чтения • лексически	• понимать устную (монологическую и диалогическую) речь	• иностранным языком в объёме необходимом

№ п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.	й минимум английского языка (не менее 4000 единиц, из них 2000 – продуктивно), характер лексического материала – общеразговорная, общенаучная, специальная и узкоспециальная ● грамматический минимум, включающий грамматические структуры, необходимые для устной и письменной форм общения ● основные приемы аннотирования, реферирования и перевода литературы по специальности	на бытовые и специальные темы ● вести диалог-беседу общего и профессионального характера, соблюдая правила речевого этикета ● выражать мысли в логической последовательности в условиях подготовленной и неподготовленной речи объемом 10-20 фраз в профессиональной, социально-бытовой сферах общения ● аргументировано излагать свою точку зрения, мнение по обсуждаемой проблеме ● читать литературу по специальности без словаря с целью поиска информации ● читать, понимать и переводить со словарем литературу по широкому и узкому профилю специальности ● изложить содержание прочитанного в виде резюме и эссе ● делать сообщения, доклады с предварительной подготовкой владеть основными навыками письма, необходимыми для подготовки публикации, тезисов, рефератов, аннотации, ведения переписки	для возможности получения информации из зарубежных источников; ● навыкам и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения; ● навыкам и публичной речи, аргументации, ведения дискуссии и полемики, практического анализа логики различного рода рассуждений; ● навыкам и критического восприятия информации.

Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№ раз-дела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Фонетика	23	–	–	-	23
2.	Лексика	25	–	–	2	23
3.	Грамматика	25	–	–	2	23

4.	Аудирование	25	–	–	2	23
5.	Чтение	26	–	–	2	24
6.	Говорение	26	–	–	2	24
7.	Письмо	26	–	–	2	24
	Итого по дисциплине:	176	–	–	12	164

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№ раз-дела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1.	Фонетика	12	–	–	-	12
2.	Лексика	14	–	–	2	12
3.	Грамматика	14	–	–	2	12
4.	Аудирование	12	–	–	-	12
5.	Чтение	15	–	–	2	13
6.	Говорение	13	–	–	-	13
7.	Письмо	16	–	–	2	13
	Итого по дисциплине:	95	–	–	8	87

Форма проведения аттестации по дисциплине: 2 *зачета / 1 экзамен*

Основная литература:

1.Clive Oxenden, Christina Latham-Koenig. New English File Intermediate Students' Book. Oxford University Press, 2011.
2.Clive Oxenden, Christina Latham-Koenig. New English File Intermediate Workbook, Oxford University Press, 2011.
3.Clive Oxenden, Christina Latham-Koenig. New English File Intermediate Class audio CDs. Oxford University Press, 2011.
4.Ивлева Н.Д. Путешествие в английский. Учебное пособие. Краснодар КубГУ 2005, 178с.
5.Телень Э.Ф. Английский для журналистов. М.: ТЕИС, 2006. 213с.
6.Телень Э.Ф. Средства массовой информации. М.: Высшая школа, 2005.
7.Чиронова И.И., Кузьмина Е.В. Английский язык для журналистов: учебник для академического бакалавриата. М.: Издательство Юрайт, 2017. – 471 с.

Авторы РПД Жук Е.Е._____
Кайзер Б.А._____

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.03.01
«Отечественная история»

Направление подготовки – «Реклама и связи с общественностью» – 42.03.01 Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы (108 часов, из них – 12 часов аудиторной нагрузки: лекционных 8 ч., практических 4 ч.; 87 ч. самостоятельной работы; 0,3 ч. ИКР; 8,7 ч. контроль).

Цели дисциплины:

1. Содействовать формированию у студентов целостной картины российской истории во всей ее многообразности и противоречивости.
2. Повысить общекультурный уровень студентов за счет получения ими новых сведений по российской истории.

Задачи дисциплины:

1. Содействовать закреплению знаний о движущих силах и закономерностях исторического процесса, об основных этапах исторического развития российского общества.
2. Способствовать формированию общегражданских ценностей в условиях создания гражданского демократического общества.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Отечественная история» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата. Предшествующих дисциплин, необходимых для ее изучения, в структуре образовательной программы не имеется. Последующей дисциплиной, для которой «Отечественная история» является предшествующей в соответствии с учебным планом, являются дисциплины «Культурология» и «История Кубани».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных* компетенций (*ОК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	основные события, этапы и закономерности развития российского общества и государства	различать исторические эпохи и периоды в российской истории; выделять причинно-следственные связи между событиями	навыками анализа исторических событий, понятийно-категориальным аппаратом дисциплины

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
7.	Введение в изучение Отечественной истории	10	2			8
8.	От Древней Руси – к единому Российскому государству (IX-XV) вв.	10	2			8
9.	Россия в XVI–XVII веках: от великого княжества – к царству	10	2			8
4.	Российская империя в XVIII в.	10	2			8
5.	Российская империя в XIX в.	8		2		6
6.	Россия в годы революций, Первой мировой и Гражданской войн	8		2		6
7.	Советский Союз в 1920-1930-е гг.	10				10

8.	СССР накануне и в период Великой Отечественной войны (1939–1945 гг.)	12				12
9.	Советский Союз в 1945–1991 гг.	10				10
10.	Российская Федерация в 1991–2018 гг.	11				11
	Итого по дисциплине:	99	8	4		87

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. История России [Электронный ресурс] : учебник / А.С. Орлов, В.А. Георгиев, Н. Г. Георгиева, Т.А. Сивохина. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Проспект, 2015. - 528 с. - Режим доступа : http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=251753&sr=1.

2. Сахаров А.Н. История России с древнейших времен до наших дней : учебник / А.Н. Сахаров, А.Н. Боханов, В.А. Шестаков ; ред. А.Н. Сахарова. - Москва : Проспект, 2014. - 768 с. - Режим доступа : URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=251749.

Авторы РПД:
д.и.н., д.социол.н., проф. Касьянов В.В.

к.и.н., доц. Шаповалов С.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.03.02
«История Кубани»

Направление подготовки – «Реклама и связи с общественностью» – 42.03.01 Направленность (профиль) подготовки: Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8 ч. аудиторной нагрузки: лекционных 4 ч., практических 4 ч.; 60 ч. самостоятельной работы; 0,2 ч. ИКР; 3,8 ч. контроль).

Цели дисциплины:

1. Расширить исторические знания студентов благодарю изучению явлений, процессов и фактов истории Кубани.

2. Повысить общекультурный уровень студентов за счет получения ими новых сведений по истории и культуре Кубани.

Задачи дисциплины:

1. Показать место и роль истории Кубани в истории страны.

2. Способствовать формированию общегражданских ценностей в условиях создания гражданского демократического общества.

3. Предоставить возможность использовать полученные в процессе изучения дисциплины знания в профессиональной сфере.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «История Кубани» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата. Предшествующей дисциплиной, необходимой для ее изучения является дисциплина «Отечественная история». Последующих дисциплин в учебном плане бакалавриата не имеется.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных* компетенций (*ОК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	основные события, этапы и закономерности развития в Истории Кубани	различать исторические эпохи и периоды в Истории Кубани; выделять причинно-следственные связи между событиями	навыками анализа исторических событий, понятийно-категориальным аппаратом дисциплины

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
10.	История Кубани как историческая дисциплина	4	2			2
11.	Кубань в Древности и раннем Средневековье	6	2			4
12.	Кубанские земли в XIII – конце XVIII в.: от монгольского нашествия до присоединения к России	6		2		4
4.	Кубань в конце XVIII – начале XX в.: от «Земли войска Черноморского» к Кубанской области	10		2		8
5.	Кубанская область и Черноморская губерния в годы войн и революционных потрясений (1900–1920 гг.)	8				8
6.	Кубань в 1920–1930-е гг.	8				8

7.	Кубань в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.)	10				10
8.	Социально-экономическая и общественно-политическая ситуация на Кубани (1945–1985 гг.)	8				8
9.	Кубань в конце XX – начале XXI вв.	8				8
	Итого по дисциплине:	68	4	4		60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. История Кубани [Текст] : учебное пособие / [В. В. Касьянов и др. ; под общ. ред. В. В. Касьянова] ; М-во образования Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Изд. 7-е, испр. и доп. - Краснодар : Периодика Кубани, 2015. - 351 с., [24] л. ил. - Авт. указаны на обороте тит. л. - Библиогр.: с. 344-350. - ISBN 9785331000776 : 164.00.

Автор РПД:
к.и.н., доц. Шаповалов С.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.04
«Культурология»

Направление подготовки – «Реклама и связи с общественностью» – 42.03.01, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8 ч. аудиторной нагрузки: лекционных 4 ч., практических 4 ч.; 60 ч. самостоятельной работы; ИКР 0,2 ч.; контроль 3,8 ч.).

Цели дисциплины:

1. Овладеть культурологическими знаниями, необходимыми для получения исчерпывающего представления о культуре как социально-историческом феномене.
2. Повысить общекультурный уровень студентов за счет получения ими новых общекультурных знаний.

Задачи дисциплины:

1. Содействовать расширению знаний о закономерностях, достижениях, проблемах, своеобразии мировой и российской культуры.
2. Способствовать осознанию необходимости сохранения и приумножения культурного наследия как важнейшего условия развития человеческого общества.
3. Содействовать формированию гуманистического мировоззрения и нравственных качеств.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Культурология» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата. Предшествующей дисциплиной, необходимой для ее изучения, в учебном плане бакалавриата является дисциплина «Отечественная история». Последующих дисциплин, для которых «Культурология» является предшествующей в учебном плане не имеется.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих *общекультурных* компетенций (*ОК*):

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-2	способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	основные этапы и закономерности развития культуры; особенности межкультурного взаимодействия	различать культурно-исторические эпохи и периоды;	навыками анализа культурных явлений, понятийно-категориальным аппаратом дисциплины;
2.	ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	о социальных, этнических, конфессиональных и другие различиях, которые формируются культурой; системе норм и ценностей, которые свойственны культурам	толерантно относиться к представителям других культур	навыками толерантного отношения к представителям других культур на основе изучения исторических особенностей развития культур; навыками толерантного общения во время работы в коллективе р

Основные разделы (темы) дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Культурология как научная и учебная дисциплина	4	2			2
2.	Культура первобытного общества	4	2			2
3.	Культура Древнего Востока	2				2
4.	Культура Античной цивилизации	2				2
5.	Культура Средневековья	2				2
6.	Культура эпохи Возрождения и Реформации	2				2
7.	Культура эпохи Просвещения	2				2
8.	Культура XIX в.	8				8
9.	Мировая культура XX-XXI вв.	10				10
	Итого по дисциплине:	36	4			32

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Культурология как научная и учебная дисциплина					
2.	Культура первобытного общества	2				2
3.	Культура Древнего Востока	4		2		2
4.	Культура Античной цивилизации	6		2		4
5.	Культура Средневековья	4				4
6.	Культура эпохи Возрождения и Реформации	6				6
7.	Культура эпохи Просвещения	6				6
8.	Культура XIX в.	2				2
9.	Мировая культура XX-XXI вв.	2				2
	Итого по дисциплине:	32		4		28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Воронкова Л.П. Культурология : учебник для академического бакалавриата / Л.П. Воронкова. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - 256 с. - Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/7F7EC1CB-D02C-4984-BF3A-0DD0974BE24D.

2. Садохин А.П. История мировой культуры : учебное пособие / А.П. Садохин, Т.Г. Грушевицкая. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 975 с. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115180

Автор РПД:

к.и.н., доц. Шаповалов С.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.05
«Психология»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8 часов аудиторной нагрузки: лекционных 4ч., практических 4ч.; 64 часов внеаудиторной нагрузки: ч., СРС 60 ч., контроль 3,8 ч., ИКР 0,2)

Цель дисциплины:
обретение студентами целостной картины представлений о психологии как науке, о закономерностях функционирования личности и групповом взаимодействии

Задачи дисциплины:

- понимания природы психических явлений
- освоение знаний основных психологических понятий: психика, сознание, самосознание, личность, мотивы и др.
- понимание естественно-научных основ психики
- обретение научных представлений о психических явлениях, роли деятельности в их формировании
--приобретение умений дифференцирования и анализа основных психических явлений

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Психология» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки «Реклама и связь с общественностью (уровень бакалавриата)». Дисциплина предназначена для студентов второго курса очного и заочного обучения. Дисциплина изучается параллельно с дисциплинами «Культурология», «Психология массовых коммуникаций», «Деловое общение» и другими. Завершается изучение учебной дисциплины «Психология» зачетом в конце третьего семестра второго курса.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов части компетенций ОК 6 и ОК7

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	ОК 6	Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая этнические, конфессиональные и культурные различия.	-категории и понятия психологии: сознание, личность, индивидуальность -специфику и методы изучения психических явлений -взаимосвязь духовного и телесного, биологического и социального в человеке - психологические особенности группового взаимодействия.	-использовать полученные знания в профессиональной деятельности, рекламе и коммуникации, межличностном общении - учитывать в общении индивидуальные особенности личности (толерантность, менталитет, вероисповедание, темперамент, направленность и другие)	-системой понятий, характеризующих индивидуальные различия личности(культурные, этнические, конфессиональные); -анализом межгруппового взаимодействия -пособностью к деловой коммуникации в профессиональной сфере
1	ОК 7	Способностью к самоорганизации и самообразованию.	-понятие о сферах личности (познавательной, поведенческой и потребностно-мотивационной и др) -понятие деятельности и ее роли в формировании личности -специфику и методы изучения личности -особенности и механизмы саморегуляции, способы самопознания,	-планировать ход реализации поставленных целей и их результаты - адекватно оценивать результаты деятельности и вносить коррективы в процессе деятельности	-системой понятий, характеризующих личность -анализом самоанализом свойств личности и методами самокоррекции способностью к амопознанию,са

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			коррекции и саморазвития.		морегуляции и саморазвитию -системой мотивов саморазвития

Основные разделы дисциплины:

№ п.п	Разделы (темы)	Всего часов	Виды подготовки			СРС
			Л	ПЗ	Л.З	
	1Психология как наука	**8**	**2**			**6**
	2.Возникновение и развития психики.	6				**6**
	3.Человек как личность, индивид, индивидуальность.	**8**				**6**
	4.Индивидуальные свойства личности	10		2		**6**
	5. Познавательная сферы личности.	8				**8**
	6 Эмоционально-волевая сферы личности.	8				**8**
	7.Понятие о деятельности и ее роль в формировании личности.	6				**6**
	8. Предмет и методы социальной психологии. Психологические особенности группы.	10	2			**8**
	9 .Межгрупповые и внутригрупповые отношения и взаимодействия.	8		2		**6**
	Всего		4	4		60

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Нартова-Бочавер, С.К. Введение в психологию развития [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.К. Нартова-Бочавер. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 216 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/91601.
2. Виноградова, С. М. Психология массовой коммуникации : учебник для бакалавров / С. М. Виноградова, Г. С. Мельник. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 512 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3446-5. — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/6CEEC0F2-2927-47A3-953C-4625216E4CCD.

Автор РПД – канд. психол. наук, доцент _Хозяинова Т.К..

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.06
«Социология»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8 часов аудиторной нагрузки: лекционных 4 ч., практических 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы; 4 часа зачет)*

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов представления о социуме как многогранной сложноорганизованной системе, обладающей универсальными и специфическими закономерностями своего развития. Целью преподавания дисциплины является изучение развития социологии как науки; знакомство с основными теоретическими концепциями развития, базовыми понятиями, проблемами институализации социологической науки, с такими видами социальной деятельности, как культура, образование, религия, семья; особенностями социальных конфликтов и способами их урегулирования. В результате изучения дисциплины у студентов должны сформироваться знания, умения и навыки, позволяющие проводить самостоятельный анализ социальных процессов.

Задачи дисциплины:

Реализация данной цели предполагает решение следующих задач:
- изучение основных теоретических подходов, сформировавшихся в истории социологической мысли;
- ознакомление с предметом, методом и методологией современной социологии;
- ознакомление с системой понятий и принципов, посредством которых раскрывается природа тех или иных социальных структур, явлений, процессов;
- формирование у студентов способности к самостоятельному анализу явлений социальной действительности, адекватного современным социальным реалиям, соответствующего типа культуры и социального поведения.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология» входит в раздел «Б.1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Базовая часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Отечественная история», «Культурология», «Философия».

Данная учебная дисциплина формирует у студента базовые научные знания социологии, навыки социологического исследования и понимание необходимости занимать активную общественную позицию. В процессе обучения студент вырабатывает целостное понимание общества и культуры и себя как участника общественной жизни, способного регулировать, направлять и управлять социальными процессами. Учебная дисциплина «Социология» способствует углублению знаний и навыков, получаемых в процессе освоения базовых гуманитарных дисциплин и ряда профессиональных (профильных).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):
- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия (**ОК-6**);
- способность организовывать и проводить социологические исследования (**ПК-10**).

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОК-6**	Способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия	*знать* основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	*уметь* анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	*владеть* навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;
2	**ПК-10**	способностью организовывать и проводить социологические	*знать* основы российской и зарубежной социологической	*уметь* использовать полученные общие знания в профессиональной	*владеть* навыками социологического мышления для

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		исследования	науки; *знать* основные теоретические понятия; *знать* содержание всех этапов процесса исследований; *знать* основные методы сбора данных (первичной и вторичной информации)	деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении; *уметь* формулировать цели, задачи и гипотезы исследования; *уметь* разрабатывать выборочный план исследования и определять объем выборки; *уметь* применять методы сбора и анализа информации;	выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества; *владеть* навыками получения и анализа первичной и вторичной информации о состоянии внешней среды организации;

Структура и содержание дисциплины:
Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
13.	Социология как наука. Системное изучение общества	8		1		7
14.	История развития социологической мысли в России и за рубежом	9		1		8
15.	Методология и методика социологических исследований.	9	1			8
16.	Общество как социальная система. Личность как объект и субъект социальных отношений	9	1			8
17.	Социальная стратификация и мобильность. Социальные группы и общности	8	1			7
18.	Социальный контроль и социальные отклонения. Девиация	8	1			7
19.	Социальные процессы и социальные движения. Социальные конфликты	9		1		8
20.	Социальные изменения. Культура как фактор социальных изменений.	8		1		7
21.	*Вид промежуточной аттестации (зачет)*	3,8				
	Итого по дисциплине:	72	4	4		60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Волков, Ю.Е. Социология [Электронный ресурс]: учеб. - Электрон. дан. - Москва : Дашков и К, 2012. - 400 с. - Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/3940
2. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации : учебник. – М.: Альфа – М:ИНФРА-М, 2016
3. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности : учебник. – М.: РИОР: ИНФРА-М,2016

Авторы РПД: д-р ист. наук, д-р социол. наук, проф., проф. Касьянов В.В.,

канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.07
«Философия»

Курс «Философия» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули) учебного плана и предназначен для изучения студентами факультета журналистики, заочной формы обучения, по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, по профилю «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления». Общая трудоемкость курса 108 часов, 3 зет. Философия играет важную роль в процессе формирования и развития культуры мышления, повышения мировоззренческой эрудиции, предусматривает усвоение, систематизацию и критический анализ культурного наследия человечества.

Целью данного курса является формирование у студентов интеллектуальной культуры и развитие способности к последовательному рациональному мышлению.

Задачи дисциплины:

Одной из главных задач данного курса является формирование у студентов уважительного отношения к интеллектуальной культуре прошлого, способности оперировать понятийно - категориальным аппаратом философии. Курс философии является важным предметом, знакомящим их со спецификой философского мышления, а также формирующим у образованного человека систему взглядов на жизнь, на законы универсума и социума. Изучение курса «Философии» имеет своими задачами:

1) дать общее представление и раскрыть сущности и значения философии, как формы духовной культуры;

2) осмыслить место и роль философии в культурно-историческом процессе и осветить её характерные особенности;

3) изучить важнейшие понятия и принципы философского знания;

4) проанализировать исторические этапы развития философской мысли и раскрыть общие механизмы её развития;

5) обучить студентов самостоятельно и творчески работать с учебной литературой, с философскими текстами, в том числе, с первоисточниками;

6) рассмотреть решение конкретных философско-теоретических и практических проблем на том или ином этапе развития философской мысли;

7) активизировать познавательный интерес студентов на основе богатейшего материала философской мысли;

8) сформировать и развить способность самостоятельно и творчески мыслить;

9) развить самостоятельное правильное и последовательное мышление, способное решать общественные, индивидуальные и профессиональные проблемы;

10) сформировать философскую культуру мышления и способствовать созданию собственного последовательного, целостного, непротиворечивого мировоззрения;

11) предложить студентам методологию анализа актуальных социальных и экзистенциальных проблем и

12) обеспечить будущих бакалавров методологией творческого поиска и объективного анализа актуальных проблем и задач той науки, которой они профессионально занимаются.

Место дисциплины в структуре ООП ВПО:

Дисциплина «Философия» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Для лучшего усвоения курса «Философия» необходимо прослушать университетские курсы культурологии, этики, эстетики, истории. Учебная дисциплина «Философия» предназначена для того, чтобы ознакомить студентов-философов с определенными стилями философствования. Таким образом, изучение философии как науки должно способствовать:

- овладению студентами знаниями по основным проблемам философской мысли, имеющими методологическое значение;

- ознакомлению студентов с важной частью общечеловеческой духовной культуры, каковой является философия.

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции):

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-1.

п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
	ОК-1	Способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.	определения и уметь оперировать базовыми понятиями философской науки; основные проблемы, типы и методы философии; основные этапы развития и идейно-теоретические основания философии;	формул-ть мировоззренческие выводы из знаний, полученных при изучении других дисциплин; применять на практике основные логические и риторические приёмы, выработанные в философии и	содержанием основных систем философии; основными мировоззренческими установками и уметь выявлять их влияние на философское

п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			историю становления и развития философской мысли от античности до наших дней; основные принципы и категории философии; закономерности социального процесса в ту или иную культурно-историческую эпоху; место философии в культурной онтологии; причины и особенности развития, ее роль и место в мировой культуре;	приемлемые в современном научно-философском сообществе; использовать методологический и научный аппарат философии для исследования актуальных проблем социального знания; производить объективный анализ социальных процессов современного общества; прогнозировать и научно обосновывать динамику и перспективы развития социального процесса; анализировать философскую литературу, произведения философов (первоисточники).	мышление прошлого и настоящего проблемами философии в их сущности, содержании и направленности.

Содержание и структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Философия как наука.		2			
2.	Исторические типы философии.		2			
3.	Философская антропология, социальная философия и гносеология.			2		
	Всего:	108	4	2		66

Разделы дисциплины, изучаемые в 2 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Философия как наука.	10	1			9
2.	Исторические типы философии.	10	1			9
3.	Философская антропология, социальная философия и гносеология.	12		2		10
	Всего:	32	2	2		28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Интерактивные и образовательные технологии:

Существует множество технических средств, способствующих обучению вообще и изучению дисциплины «Философия» в частности. В первую очередь здесь следует отметить тексты в электронном варианте, представленные как в Интернете, так и на специальных компьютерных дисках. Вместе с тем активно можно использовать документальные, художественные и научно - популярные фильмы, посвященные как данной

культурно-исторической эпохе в целом, так и биографиям, жизни и творчеству философов интересующего нас периода. Наиболее эффективной образовательной технологией по курсу философии остается – *проблемная лекция,* в ходе которой раскрывается суть той или иной философской проблемы и предлагается один из возможных вариантов её решения. Во время семинарских занятий эффективными оказываются *форумы, дебаты, устные опросы* и написание *творческих эссе*.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

Вид аттестации: *зачет*

Основная литература:

1.Аблеев, С. Р. История мировой философии: учебник для вузов / С. Р. Аблеев. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 318 с.

2.Бакеева, Е. В. Введение в онтологию: учебное пособие для вузов / Е. В. Бакеева. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 385 с.

3.Вундт, В. М. Введение в философию: учебник для вузов / В. М. Вундт. — 5-е изд., стер. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 351 с.

4.Гриненко, Г. В. Современная зарубежная философия: учебное пособие для академического бакалавриата / Г. В. Гриненко. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 181 с.

5.Гриненко, Г. В. Философия нового времени: учебное пособие для академического бакалавриата / Г. В. Гриненко. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 141 с.

6.Гуревич, П. С. История философии: учебник для академического бакалавриата / П. С. Гуревич. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 162 с.

7.Ионайтис, О. Б. Русская средневековая философия. Хрестоматия: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / О. Б. Ионайтис. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 250 с.

8.История русской философии : учебник для академического бакалавриата / А. Ф. Замалеев [и др.] ; под общ. ред. А. Ф. Замалеева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 361 с.

9.История философии: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. С. Колесников [и др.]; под ред. А. С. Колесникова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 392 с. 10.История философии XX века. Современная зарубежная философия: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. С. Колесников [и др.]; под ред. А. С. Колесникова. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 384 с.

11.Лавриненко, В. Н. Философия в 2 т. Том 1 история философии: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан; отв. ред. В. Н. Лавриненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 275 с.

12.Лавриненко, В. Н. Философия в 2 т. Том 2 основы философии. Социальная философия. Философская антропология: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Н. Лавриненко, Л. И. Чернышова, В. В. Кафтан; отв. ред. В. Н. Лавриненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 283 с.

13.Липский, Б. И. История философии: учебник для академического бакалавриата / Б. И. Липский, Б. В. Марков. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 102 с.

14.Пивоваров, Д. В. Онтология: материя и ее атрибуты: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Д. В. Пивоваров. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 191 с.

15.Спиркин, А. Г. История философии: учебник для академ. бакалавриата / А. Г. Спиркин. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 136 с.

16.Спиркин, А. Г. Общая философия: учебник для академ. бакалавриата / А. Г. Спиркин. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 267 с.

17.Шаповалов, В. Ф. Философия в 2 ч. Часть 1. Введение в философию. Классическая философия: учебник для академ. бакалавриата / В. Ф. Шаповалов. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 389 с.

18.Шаповалов, В. Ф. Философия в 2 ч. Часть 2. Современная философия: учебник для академ. бакалавриата / В. Ф. Шаповалов. — 3-е изд., испр. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 217 с.

Автор (ы) РПД Петрык Я. Ю.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.08
«Экономика»

Объем трудоемкости: 2 *зачетных единицы (72 часа, из них контактных часов 8,2: лекционных 4 час., практических 4 час., 3,8 ч. контроль; самостоятельная работа – 60 час.; ИКР – 0,2 ч.)*

1.1 Цель и задачи дисциплины.

Целью освоения дисциплины «Экономика» является формирование у студентов фундаментального понятийного аппарата и изучение важнейших теоретических проблем экономической науки и тенденций мировой и отечественной экономики.

Задачи освоения дисциплины:

- сформировать у студентов понимание научно обоснованных категорий экономической теории, экономических законов развития общества;
- заложить знания основных положений экономической теории; показать, что рыночная экономика, взятая в чистом виде, порождает ряд негативных последствий и поэтому вмешательство государства и других общественных институтов может и должно при- дать экономике необходимую социальную направленность;
- сформировать у студентов тип экономического мышления, экономической культу-ры адекватно отражающий требования к современным специалистам в области экономики и в различных сферах жизнедеятельности;
- выработать навыки расчетов основных экономических показателей результатов деятельности хозяйствующих субъектов.

1.2. Место дисциплины в структуре ООП ВО.

Дисциплина входит в Блок 1 «Дисциплины (модули)» базовой части учебного плана подготовки бакалавров направления «Реклама и связи с общественностью».

Логически дисциплина увязана с такими основными базовыми курсами как «Куль-турология» и «История», выступает основной по отношению к курсам: «Статистика»,

«Информатика», «Современные компьютерные технологии».

Для освоения дисциплины студент должен обладать:

1. базовыми входными знаниями в области:
- обществознания;
- эконометрики;
- математики;
2. умениями в области:
- поиска статистической информации;
- первичной обработки массива данных для последующего анализа;
- понимания социально-экономических процессов и явлений на уровне России;
- работы в малых коллективах и группах;
- использования соответствующих базовых компьютерных программ.

Дисциплина читается для бакалавров направления 42.03.01 «Реклама и связи с об- щественностью» на 2 курсе в 3 семестре.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), со- отнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компе-тенции (или её ча-сти)	В результате изучения учебной дисциплины обу-чающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**

1.	ОК-3	Способностью использовать основы экономических зна- ний в различных сферах жизнедея- тельности	Основные категории и понятия экономической тео- рии	Применять в профессиональ- ной деятельности для исследований основные методы экономического анализа	Методологи- ей экономических исследований в сферах жизнедеятельно- сти и навы- ками принятия решений

Содержание и структура дисциплины:

В 6 семестре

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа		Внеаудиторная работа	
			Л	П	С	
1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	
1	Предмет, метод и функции экономической теории	4	1	1	2	
2	Общественное производство: понятие, цели и результаты	5	1	1	3	
3	Собственность и хозяйствование	5	1	1	3	
4	Экономические системы общества	5	1	1	3	
5	Рынок: сущность, условия возникновения и функционирования. Конкуренция как элемент рыночной экономики	5			5	
6	Товарное производство. Теории стоимости и денег.	5			5	
7	Предпринимательство и формы его реализа- ции. Формирование предпринимательского капитала	5			5	
8	Доходы хозяйствующих субъектов	5			5	
9	Экономическая политика государства и государственное регулирование	8			8	
10	Денежно-кредитная система и денежно-кредитная политика	8			8	
11	Финансовая система и финансовая политика государства	8			8	
12.	Социальная политика государства	8			8	
	ИТОГО	**72(+ 0,2 ИКР)**	**4**	**4**	**60(+3 ,8 конт роль)**	

Курсовые работы: не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Сорокин, А.В. Общая экономика: базовая модель : учебник / А.В. Сорокин ; Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 225 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-4475-8685-0 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453946
2. Алексейчева, Е. Ю. **Экономика** организации (предприятия) [Электронный ресурс] : учебник / Алексейчева, Е. Ю., М. Д. Магомедов, И. Б. Костин ; Московская государственная академия делового администрирования. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2016. - 291 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453410 .

Автор к.э.н. доцент А.В. Болик

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.09
«Математика и статистика»

Объем трудоемкости:3 зачетные единицы (108 часов, из них – 14,3ч. контактных: лекционных 6 час, практических 4 час, лабораторных 4 часа, ИКР 0,3; 85часов самостоятельной работы; экзамен 8,7ч.)

Цель изучения дисциплины

формирование системы понятий, знаний и умений в области применения методов теории вероятностей и математической статистики, основ экономики для развития интуитивного и практического представления студентов об анализе данных, статистической обработке эксперимента, знакомство с культурой анализа данных ирешением исследовательских задач с использованием современных компьютерных технологий и программных средств, содействие становлению компетентностей студентов через использование современных методов и средств обработки информации прирешении исследовательских задач.

Задачи дисциплины:

- раскрыть обучающимся теоретические и практические основы экономических знаний, методов исследования в гуманитарных и социальных науках;
- показать студентам возможности современных технических и программных средств для решения исследовательских задач;
- сформировать у студентов практические навыки работы с эмпирическими данными при обработке на персональном компьютере в специально разработанных программных средах (статистические пакеты и др. приложения с встроенным анализом данных);
- привить навыки грамотной интерпретации результатов.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Математика и статистика» для студентов относится к учебному циклу математических и естественнонаучных дисциплин базового цикла.

Дисциплина базируется на знаниях, полученных по стандарту среднего образования, и является основой для решения экономических и исследовательских задач.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся компетенций

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

теоретические основы и базовые понятия современных компьютерных технологий	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе использования современных компьютерных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	применение новых программных продуктов и компьютерных технологий с учетом основных требований информационной безопасности в профессиональной деятельности
ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
знать	уметь	владеть
общие требования и правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; основные принципы анализа информации	составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы	навыками анализа и прогнозирования рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью; основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в политической, социальной и

Основные разделы дисциплины:

Название разделов и тем	Всего часов по учебному плану	Количество часов			
		Аудиторные работа			Самостоятельная работа
		лекции	лабораторные заняти	практические занятяи	
1	2	3	4		5
Основные понятия и определения математического анализа		0,5	1		8
Основные понятия и определения базовые экономические понятия, основы функционирования экономики.		0,5	1		9
Основы комбинаторики		0,5	1		8
Основные понятия и определения теории вероятностей		0,5	1		8
Базовые термины математической статистики и анализа данных		1			9
Проверка статистических гипотез		0,5		1	9

Анализ данных		0,5		0,5	8
Анализ двух и более выборок		1		0,5	9
Аналитическая статистика		0,5		1	8
Однофакторный дисперсионный анализ		0,5		1	9
ИКР	0,3				
Экзамен	8,7				
	108	6	4	4	85

Курсовые работы: *не предусмотрены*
Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Назаров, А.И. Курс математики для нематематических специальностей и направлений бакалавриата [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.И. Назаров, И.А. Назаров. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2011. — 576 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/1797
2. Бачурин, В.А. Задачи по элементарной математике и началам математического анализа [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Физматлит, 2005. — 712 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/2102
3. Высшая математика в схемах и таблицах: учебно-методическое пособие / С. П. Грушевский, О. В. Засядко, О. В. Иванова, О. В. Мороз ; М-во образования и науки Рос. Федерации, Кубанский гос. ун-т. - Краснодар : [Кубанский государственный университет], 2016. - 109 с.
4. Задачник по высшей математике : учебное пособие для студентов вузов / В. С. Шипачев. - 10-е изд. стер. - Москва : ИНФРА-М, 2015. - 304 с.

Автор: старший преподаватель кафедры информационных образовательных технологий Корж Я.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.10.01
«Информатика»

Объем трудоемкости дисциплины: для студентов ЗФО 2 з.е. *(72 часа:* ***8,2 конт.****часов, из них 4 часа занятия лекционного типа, 4 часа лабораторных занятий, 0,2 ИКР, Зачет-3,8;* ***60*** *часов СРС).*

Цель дисциплины – курс «Информатика» является одной из базовых частей математического и естественнонаучного цикла подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Успешное освоение курса предполагает изучение основ логического и физического устройства вычислительной техники, получение практических навыков работы на персональном компьютере в популярных операционных системах и оболочках, освоение офисных программ (текстовый и табличный процессор, система подготовки презентаций) а также основ алгоритмизации и программирования.

Основной целью изучения дисциплин является закрепление и расширение знаний студентов по основам информатики, полученным в других учебных заведениях, формирование научных представлений, практических навыков и умений в области использования компьютеров, как основного инструмента по переработке информации и программного обеспечения.

Задачи дисциплины

1. Ознакомить студентов с основными понятиями информатики;
2. Ознакомить студентов с методами и приемами, используемыми в информатике.
3. Формировать умения использовать в профессиональной деятельности возможностей вычислительной техники и программного обеспечения, создавать базы данных, использовать ресурсы Интернет.
4. Сформировать навыки владения и использования средств компьютерной графики, основными методами работы на компьютере с прикладными программными средствами, навыками составления статистических отчетов и работы в компьютерной сети Интернет.

Код контролируемых компетенций

ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
знать	уметь	владеть
теоретические основы и базовые понятия современных компьютерных технологий	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе использования современных компьютерных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	применение новых программных продуктов и компьютерных технологий с учетом основных требований информационной безопасности в профессиональной деятельности

ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
знать	уметь	владеть
общие требования и правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; основные принципы анализа информации	составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы	навыками анализа и прогнозирования рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью; основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в политической, социальной и экономической сферах

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Информатика включена в базовую часть дисциплин математического и естественнонаучного цикла. Для усвоения материала курса необходимо, чтобы студенты имели базовые знания информатики и математики, элементов линейной алгебры в объеме школьного курса.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Форма обучения	Трудоемкость, часов		
	ЗФО		
Вид работы:	1 сем.	2сем.	**Всего**
Общая трудоемкость:	**72**		
Аудиторная работа:	**8,2**		
Лекции	4		
Лабораторные	4		
ИКР	0,2		
Лабораторные занятия	4		
Самостоятельная работа:	**60**		
Форма контроля: зачет	**3,8**		

п/п №	Дисциплины Раздел	Общая трудоёмкость *(часы)*	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)		
			аудиторные учебные занятия		самостоятельная работа обучающихся
		всего	лекции	семинары, практические занятия	

1.	Информатика как наука. Теория информации	9	0,5	0,5	8
2.	Теория кодирования	15	0,5	0,5	14
3.	Теория автоматов	14	1	1	12
4.	Теория распознавания образов	16	1	1	14
5.	Математическая кибернетика	14	1	1	12
6.	Зачет	3,8			
	ИКР	0,2			
	ВСЕГО	72	4	4	60

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*

Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: презентации.

Вид аттестации: зачѐт

Основная литература

1. Кудинов, Ю.И. Основы современной информатики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.И. Кудинов, Ф.Ф. Пащенко. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2017. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/91902
2. Управление проектами в Microsoft Project 2007 / В. В. Богданов. - СПб. [и др.] : Питер, 2008. - 592 с.
3. Информатика. Электронные таблицы MS Excel 2003: практикум : [учебное пособие] / Е. П. Пегова. - М. : Дрофа, 2008. - 80 с.
4. Информатика: учебник для студентов вузов / под ред. В. В. Трофимова; С.- Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - М. : Юрайт : [ИД Юрайт], 2011. - 911 с.

Автор: старший преподаватель кафедры информационных образовательных технологий Корж Я.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.10.02
«Современные компьютерные технологии»

Объем трудоемкости: *4 зачетные единицы (**144** часа, из них – **16,3** конт.часов: лекционных 4 ч., лабораторных 12 ч., 0,3икр; **119** часов самостоятельной работы; **8,7** часов экзамен).*

Цель дисциплины

Целями освоения дисциплины «Современные компьютерные технологии» являются:

- получение навыков формирования баз данных в рекламе и связях с общественностью, хранилищ данных больших объемов с применением самых современных СУБД типа клиент-сервер;
- применение технологии оперативного анализа данных;
- подготовка квалифицированных специалистов, способных выполнять решения профессиональных задач на основе новейших программно-технических комплексов;
- формирование целостной системы знаний в области современной науки и практики, отражающей современный уровень информатизации производства;
- изучение новых методов измерений и обработки данных на основе современной измерительной и электронно-вычислительной техники;
- анализ методов математической обработки и оценки данных с применением информационных систем и технологий.

Задачи дисциплины

Дисциплина «Современные компьютерные и информационные технологии» ставит целью также изучение современных компьютерных технологий с применением программных продуктов и технологий для выявления задач формирования баз и хранилищ данных, развитие у студентов логического мышления, формирования научного мировоззрения и склонности к творческому подходу при решении поставленных задач.

К *задачам* дисциплины относятся:

- освоение навыков применения современных СУБД для разработки баз и хранилищ данных;
- изучение новых возможностей для автоматизации и информатизации;
- сбора и формирования баз данных;
- исследование алгоритмов математической обработки результатов измерений;
- организация и проведение экспериментальных расчетов по проектированию и анализу;
- математическая обработка, обобщение, анализ и оформление получаемых результатов;
- исследование математического аппарата, положенного в основу алгоритмов и компьютерных программ для обработки информации.
- разработка компьютерных информационных систем разных направлений;

– применение новых программных продуктов и компьютерных технологий для обработки данных;

– применение результатов измерений;

– формирование представления о современных методах создания баз данных, применяемых в практике рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современные компьютерные технологии» относится к базовой части Блока 1 учебного плана.

Связь с предшествующими дисциплинами.

Курс предполагает наличие у студентов знаний по современным отечественным и зарубежным методам и средствам сбора и первичной обработки данных. Хорошую подготовку по основам компьютерной подготовки, включая программирование, операционные системы, прикладные пакеты для сбора и анализа данных.

Необходимо чтобы студенты владели основами информатики, математической статистики, владели навыками работы с электронно- вычислительной техникой и знаниями в области информационных технологий в объеме программы общего образования.

Связь с последующими дисциплинами.

Знания и навыки, полученные бакалаврами при изучении данного курса, могут быть использованы при подготовке и написании выпускной квалификационной работы, а также при изучении прочих дисциплин.

Общая трудоѐмкость дисциплины составляет 4 зач.ед. (144 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице.

Форма обучения	Трудоемкость, часов		
	ЗФО		
Вид работы:	1 сем.	2 сем.	**Всего**
Общая трудоемкость:	**72**	**72**	**144**
Аудиторная работа:	**10**	**6**	**16**
Лекции	4		4
Практические занятия	6	6	12
ИКР	0,3		0,3
Самостоятельная работа:	**62**	**57**	**119**
Форма контроля		**Э/8,7**	**8,7**

Результаты обучения (знания, умения, опыт, компетенции):

Студент по завершению курса Современные компьютерные технологии должен обладать следующими компетенциями:

ОПК-6 способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно- коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности		
знать	уметь	владеть
теоретические основы и базовые понятия современных компьютерных технологий	решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе использования современных компьютерных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	применение новых программных продуктов и компьютерных технологий с учетом основных требований информационной безопасности в профессиональной деятельности
ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов		
знать	уметь	владеть
общие требования и правила написания аналитических справок, обзоров и прогнозов; основные принципы анализа информации	составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы	навыками анализа и прогнозирования рекламной деятельности и деятельности в области связей с общественностью; основными принципами, приемами и навыками анализа и использования информации в политической, социальной и экономической сферах

Основные разделы дисциплины

№	Наименование разделов	Количество часов			
		ЗФО			
		Все го			СР
			лек	**лаб**	
1.	Понятие прикладных информационных программ. Их назначение, особенности.	11,5	0,5	1	10
2.	Особенности восприятия информации человеком	11,5	0,5	1	10
3.	Особенности представления информации при использовании различных информационных технологиях.	22,5	0,5	2	20

4.	Информационные программы, входящие в пакет MS Office.	23,5	0,5	3	20
5.	Прикладные информационные программы.	21,5	0,5	1	20
6.	Сетевые информационные программы. Web-сайты. Их возможности, классификация, архитектура и проектирование. Среда Adobe Flash. Основные понятия, возможности.	24	1	3	20
7.	Аппаратно-программные средства систем видеоконференцсвязи.	20,5	0,5	1	19
8.	Экзамен	8,7			
	ИКР	0,3			
Всего		144	4	12	119

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*
Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях: презентации.
Вид аттестации: экзамен

Основная литература

1. Кудинов, Ю.И. Основы современной информатики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.И. Кудинов, Ф.Ф. Пащенко. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2017. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/91902

2. Управление проектами в Microsoft Project 2007 / В. В. Богданов. - СПб. [и др.] : Питер, 2008. - 592 с.

3. Информатика. Электронные таблицы MS Excel 2003: практикум : [учебное пособие] / Е. П. Пегова. - М. : Дрофа, 2008. - 80 с.

4. Информатика: учебник для студентов вузов / под ред. В. В. Трофимова; С.- Петерб. гос. ун-т экономики и финансов. - М. : Юрайт : [ИД Юрайт], 2011. - 911 с.

Автор: старший преподаватель кафедры информационных образовательных технологий Корж Я.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.01
«Основы теории коммуникации»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 6,3 контактных часа, 4 часа – лекции,2 часа практических занятий; 57 часов - СР, контроль 8,7 ч., 0,3 ч. ИКР).*

Цель дисциплины связана с повышением общей речевой культуры студентов, совершенствованием владения нормами устного и письменного литературного языка; развитием навыков и умений эффективного речевого поведения в различных ситуациях общения

Задачи дисциплины:

- использовать навыки публичной и профессиональной коммуникации и речевой культуры в ситуациях профессионального общения;
-владеть навыками осуществления деловой переписки, полемики, дискуссии, чтения докладов, написания научных статей;
- овладеть пунктуационной грамотностью современного русского языка;
- углубить знания студентов в области современной орфографии и пунктуации;
- повысить письменную и речевую грамотность

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.Б.01.04 «Основы культуры речи» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана и закладывает основы коммуникации посредством курсов практикум по русскому языку, основы культуры речи, язык массовых коммуникаций.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-5;	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней	грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.	правильными речевыми приемами устной речи и правилами письменной речи. Навыками анализа морфологических форм, предложений, сложных синтаксических

Основные разделы дисциплины:

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5		7
22.	Современная языковая ситуация.	10				10
23.	Нормы орфографии и пунктуации	12	2			10
24.	Синтаксические нормы	10				10
25.	Словообразование и речевая культура	13		2		10
26.	Стилистические нормы	12	2			10
27.	Культурная грамотность. Речевой этикет.	15				17
	Всего по дисциплине	**72**	**4**	**2**		**57**

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Купина, Н.А. Основы стилистики и культуры речи [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Н.А. Купина, О.А. Михайлова. — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 296 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/51997
2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под общ. ред. А. П. Панфиловой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Профессиональное образование). — [Электронный ресурс] — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/82FA4372-C48B-4106-88BC-0E2650246585
3. Русский язык и культура речи : учебник для академического бакалавриата / В. И. Максимов [и др.]; под ред. В. И. Максимова, А. В. Голубевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 382 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/CCBBD9A7-0581-439F-83DD-9B0638DBBCAF
4. Русский язык и культура речи. Практикум. Словарь : учеб.-практ. пособие для академического бакалавриата / В. Д. Черняк [и др.]; под общ. ред. В. Д. Черняк. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 525 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). [Электронный ресурс] Режим доступа: www.biblio-online.ru/book/F3ADC7A6-6239-427D-9419-B1CC0E7E8193
5. Русский язык и культура речи. Синтаксис: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97229

Автор РПД – д-р, филол. наук, проф. Демина Л.И.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.02
«Социология массовых коммуникаций»

Объем трудоемкости: *4 зачетные единицы (144 часа, из них – 12,3 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 8 ч.; 123 часа самостоятельной работы; 8,7 часов контроль, 0,3 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов целостного представления о системе массовой коммуникации, ее функционировании и развитии, сущностных характеристиках, определении роли массовых коммуникаций в социуме и их влияния на различные социальные структуры с целью применения полученных знаний и навыков в практике управления индивидуальным и общественным мнением как состоянием массового сознания.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:

– ознакомить студентов со средствами массовой коммуникации как с социальным институтом и особенностями его функционирования в современном социуме, социологическими методами изучения деятельности СМК;

– сформировать представление о месте и роли СМК в системе социальных коммуникаций и о комплексе знаний об информационной индустрии как социальном институте, развитие которого тесно связано с развитием человеческой цивилизации, в частности, со сменой основных социо-, политических и экономических укладов, с технологическими и техническими революциями;

– изучение зависимостей между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;

– изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.

– научить студентов владеть приемами и методами анализа современных СМК

В результате изучения дисциплины студент должен иметь достаточно полное представление о принципах, методиках и технологиях, применяемых социологами, журналистами в СМИ для формирования общественного мнения, о взаимовлиянии экономических, политических и социальных аспектов становления и развития системы массовых коммуникаций, методах исследования аудитории печатных и электронных СМИ.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Культурология», «Социология», «Политология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Социология массовых коммуникаций», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций» направлен на формирование следующих компетенций:

- способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия (**ОК-6**);
- способность организовывать и проводить социологические исследования (**ПК-10**);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (**ПК-11**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОК-6**	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия	*знать* основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	*уметь* анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	*владеть* навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
2	**ПК-10**	способностью организовывать и проводить социологические исследования	*знать* сущность, типы и историю развития массовой коммуникации; *знать* объект, предмет и методы социологического исследования; *знать* теоретические подходы к феномену массовой коммуникации; *знать* средства коммуникации в информационном обществе;	*уметь* использовать механизмы коммуникационного воздействия;	*владеть* навыками проведения эмпирических социологических исследований в области массовой коммуникации;
3	**ПК-11**	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	*знать* аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в формировании общественного мнения; *знать* современные процессы в сфере масс-медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснациональных СМИ, феномены медиаимпериализма и альтернативных СМИ	*уметь* анализировать деятельность современных СМИ; *уметь* изучать аудиторию СМИ, ее отношение и предпочтения	*владеть* классификации средств и форм массовой коммуникации; *владеть* методами проведения PR-кампаний и формирования имиджа

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Массовая коммуникация как объект научного анализа. Основные этапы развития социологии массовых коммуникаций как науки	9		1		8
2	Возникновение массовой коммуникации в обществе. Массовая коммуникация как социальная подсистема	9		1		8
3	Средства массовой коммуникации и власть	8				8
4	Средства массовой коммуникации как вид бизнеса	8				8

5	Политическая коммуникация как вид массовой коммуникации	8		1		7
6	Изучение эффектов воздействия массовой коммуникации	8		1		7
7	Манипулирование как функция средств массовой коммуникации	8	1			7
8	Реклама в средствах массовой коммуникации	8				8
9	Медиа-исследования в социологии: типология и методы	9	1			8
10	Коммуникатор и социологические методы его изучения	8		1		7
11	Содержание информации и методика его анализа	8				8
12	Социологические подходы к изучению основных средств массовой коммуникации: медиа-измерения	9	1			8
13	Социологические исследования аудитории	8		1		7
14	Средства массовой коммуникации и общественное мнение	9		1		8
15	Проблема измерения эффектов и эффективности коммуникации	9		1		8
16	Конкретные эмпирические исследования средств массовой коммуникации	9	1			8
	Вид промежуточной аттестации (экзамен)	8,7				
	Итого по дисциплине:	144	4	8		123

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Гостенина В.И. Социология массовой коммуникации : учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки (специальности) "Реклама и связи с общественностью" / В. И. Гостенина, А. Г. Киселев. - 2-е изд., перераб. - Москва :Альфа-М : ИНФРА-М, 2016.
2. Оришев А.Б. Социология рекламной деятельности : учебник. – М.: РИОР: ИНФРА-М,2016

Авторы РПД: д-р ист. наук, д-р социол. наук, проф., проф. Касьянов В.В.
канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.03
«Психология массовых коммуникаций»

Объем трудоемкости ЗФО: *5 зачетные единицы (180 часов, из них – 20,5 контактных часа, 8 часов лекционного типа, 12 часа практического типа, 147 ч. - СРС, 12,5 ч. - контроль, 0,5 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины.

Основная цель освоения дисциплины «Психология массовых коммуникаций» - сформировать у студентов понимание специфики и психологических особенностей функционирования системы массовой коммуникации.

Задачи дисциплины.

- изучить основные понятия психологии массовой коммуникации;
- раскрыть особенности информационно-психологического воздействия на массовую аудиторию в соответствии с основными видами и задачами массовой коммуникации,
- рассмотреть возможные культурно-исторические последствия различных влияний на массовое сознание;
- определить место и значение духовно-нравственных ценностей в системе массовой коммуникации;
- сформировать умение выявлять на практике технологии манипулирования массовым сознанием, находить способы противодействия им.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Учебная дисциплина «Психология массовых коммуникаций» занимает важное место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», служит формированию профессиональных навыков бакалавров, в соответствии с выбранным профилем специализации. «Психология массовых коммуникаций» относится к базовой части блока «Б1 Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Психологии», «Теории массовой коммуникации»

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК)

Код компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОПК-5	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	Основные теоретические подходы и методы исследования МК, специфику и механизмы воздействия СМК на личность и общество	Выявлять технологии манипулирования массовым сознанием	Культурой мышления, коммуникациионной и информационной культурой
ОПК-4	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	*знать* способы организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	*уметь* организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	*владеть* навыками организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы

ОК-6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и иные культурные различия	*знать* основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	*уметь* анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	*владеть* навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (сессия 1, 2)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
5 семестре (сессия 1)						
28.	Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения.		2	2		14
29.	Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций.		2	2		22
30.	Механизмы и методы воздействия в СМИ. *Итоговое занятие*			2		22
			4	6		58
5 семестре (сессия 2)						
1	Создание образа мира с помощью СМК	23	2	2		32
2	Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК	23		2		25
3	Влияние СМК на массовые и политические процессы	25	2	2		32
	Всего:		4	6		89

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен

Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280

Автор РПД: ст. преподаватель Николаева Ю.Е.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.04
«Теория и практика массовой информации»

Объем трудоемкости: *7 зачетных единиц (252 часа, из них – 53,6 контактных часа, лекционных 20 ч., лабораторных 12 ч., практических 20 ч.; 181 час самостоятельной работы, контроль 17,4 ч., 0,6 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины – формирование у студента знаний о системе средств массовой коммуникации, ее функционировании, практических навыков в сфере рекламного творчества и умений использования полученных знаний и компетенций в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:
- формирование представления об основных категориях и концепциях теории массовой коммуникации;
- формирование представления об исторических путях развития СМК и возможности их взаимосвязей, взаимодействия;
- ознакомление с практикой работы печатных СМИ, радио, телевидения, рекламы и сформировать представления о технологической организации процесса массово-информационной деятельности.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Теория и практика массовой информации» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Курс является базовым для изучения широкого спектра теорий и практик массовой коммуникаций с акцентом на получение навыков и формирование современных компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью для дальнейшего углубленного изучения и прагматического использования во всех возможных направлениях профессиональной деятельности (контентная, редакционная, менеджерская деятельность в печатных СМИ, на радиовещании, телевидении, в интернете, а также в мобильной корпоративной, фото- и инфографической журналистике, рекламе, медиаменеджменте и медиаэкономике).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Теория и практика массовой информации» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (**ОПК-3**)
- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-4**);
- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-5**);

профессиональных компетенций (ПК):

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных /профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК-5**	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	*знать* приемы и методы по созданию текстов рекламы и связей с общественностью, копирайтинга	*уметь* создавать тексты рекламы и связей с общественностью, владеть навыками литературного редактирования, копирайтинга	*владеть* базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга
2	**ОПК-4**	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	*знать* способы организации подготовки к выпуску,	*уметь* организовывать подготовку к выпуску, производство и	*владеть* навыками организации подготовки к выпуску,

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
3	**ПК-12**	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	*знать* способы контроля по подготовке к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	*уметь* контролировать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	*владеть* способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
4.	**ОПК-3**	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	*знать* особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	*уметь* осуществлять литературное редактирование текстов рекламе и ПР	*владеть* навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для рекламы и ПР

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Массовая коммуникация: понятие и основные подходы к изучению	18	2	2	-	14
2.	История развития массовой коммуникации на Западе и в России	18	2	2	-	14
3.	Система СМИ	18	2	2	-	14
4.	Основы права СМИ	18	2	2	-	14
	Итого по дисциплине:		8	8	-	56

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

	Наименование разделов (тем)	Количество часов

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Этика СМИ	6	-	-	1	5
2.	Менеджмент СМИ	6	-	-	1	5
3.	Теория и методика журналистского творчества	6	-	-	1	5
4.	Жанры и технологии работы в СМИ	4	-	-	1	3
	Итого по дисциплине:		-	-	4	18

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 5 семестре *(для студентов ЗФО)*

	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Техника и технология СМИ: прессы, радио, ТВ, Интернет	27	2	1	1	23
2.	Техника и технология СМИ: прессы	27	2	1	1	23
3.	Техника и технология СМИ: радио	27	2	1	1	23
4.	Техника и технология СМИ: ТВ	27	2	1	1	23
	Итого по дисциплине:		8	4	4	92

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 6 семестре *(для студентов ЗФО)*

	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Техника и технология СМИ: Интернет	6	1	1	1	3
2.	Понятие информационного общества	7	1	1	1	4
3.	Типологические группы современных СМИ	7	1	1	1	4
4.	Методы сбора информации в журналистике	7	1	1	1	4
	Итого по дисциплине:		4	4	4	15

Курсовые работы:

1. Психологическое влияние продакт плейсмента на восприятие бренда.
2. Product placement как инструмент маркетинговой стратегии (отечественный и зарубежный опыт).
3. Семейная тематика в социальной рекламе.
4. Анализ фирменного стиля и его роль в успешном продвижении бренда.
5. Основа социальной рекламы.
6. Особенности айдентики как способа продвижения.
7. Стратегия коммерческой рекламы.
8. Специфика smm продвижения компаний сегмента b2b.
9. Реклама как феномен культуры.
10. Социальная реклама: зарубежный опыт.
11. Особенности современной журнальной рекламы.
12. Влияние фирменного стиля на поведение потребителя (на примере).
13. Влияние фирменного стиля на поведение потребителя
14. Специфика наружной социальной рекламы.
15. Методы психологического воздействия на массовую аудиторию.
16. Методы психологического воздействия на массовую аудиторию (на примере).
17. Социальные сети, как площадка трансляции массовой информации.
18. Ребрендинг как стимулирование продаж.
19. Event-мероприятия как инструмент продвижения товарных/продуктовых брендов и/или услуг.
20. Особенности рекламного продвижения в заведениях общепита.
21. Специфика программы амбассадора как средства маркетинговой коммуникации.
22. Использование методов манипулирования в рекламе и pr.

23. Коммуникативная компетентность специалиста пиар.
24. Социальная реклама в современных условиях.
25. Особенности деятельности отделов PR в госучреждениях, политических и общественных структур (сравнительный анализ).
26. Особенности деятельности отделов PR в госучреждениях.
27. Особенности деятельности отделов PR в политических структурах.
28. Особенности деятельности отделов PR в общественных структурах.
29. Жанровое разнообразие в современной рекламе.
30. Драматизированный и не драматизированный рекламный текст.
31. Smm как инструмент продвижения в сети интернет.
32. Специфика отечественного политического PR.
33. Специфика зарубежного политического PR.
34. Специфика отечественного и зарубежного политического PR.
35. Манипулятивная методология в сенсорном маркетинге.
36. Невербальные приемы манипулирования в рекламной коммуникации.
37. Вербальные приемы манипулирования в рекламной коммуникации
38. Партизанский пиар как инструмент маркетинговых коммуникаций.
39. Особенности Self-PR в современных реалиях.
40. Маркетинговое продвижение продукта через PR коммуникации.
41. Интернет-реклама, как современный инструмент продвижения.
42. Манипулятивные методы в рекламе.
43. Жанр публичной лекции в современном информационном пространстве.
44. Мотивационный маркетинг при продвижении товаров недвижимости.
45. Линейный ребрендинг.
46. Особенности влияния рекламы на детскую аудиторию.
47. Специфика создания и продвижения медиа имиджа брендов модной одежды.
48. Дизайн упаковки в процессе рекламного продвижения.
49. Инновационные технологии в рекламе 21 века.
50. Влияние социальной рекламы на формирование общественных ценностей.
51. Особенности специальных событий в рамках событийного маркетинга.
52. Манипулирование сознанием человека в процессе рекламной коммуникации.
53. Политические коммуникации в современных условиях.
54. Особенности телевизионной социальной рекламы.
55. Психология юмора в рекламе.
56. Формирование ценностей посредством телевизионного воздействия.
57. Гендерные коммуникации в социальной рекламе.
58. Ретранслятор фирменного стиля бренда посредством транзитной рекламы.
59. Роль рекламы в продвижении отечественного бренда на российском рынке.
60. Медиа-политическая система российских СМИ: обзор аналитических подходов.
61. Общественное восприятие социальной рекламы.
62. Телевизионная спонсорская реклама.
63. Вирусный маркетинг в интернете и в печати.
64. Роль продакт-плейсмента в кинематографе.

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Киселев, А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть [Электронный ресурс] : учебник / Киселев А. Г. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436719&sr=1.
2. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. - М. : Юрайт, 2017. - 552 с. - https://biblio-online.ru/book/C22451DB-704D-4373-87DC-32CA2CE273BF.

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.05
«Язык массовых коммуникаций»

Объем трудоемкости: *3 зачетные единицы (108 часов, из них – 12,3 контактных часа, 4 часа – лекции,8 часов практических занятий; 87 часов самостоятельной работы, 0,3 ч. ИКР, контроль 8,7 ч.).*

Цель дисциплины
- совершенствование всех навыков и умений, приобретенных на предыдущих этапах обучения, обучение правильно интерпретировать прагматику средств массовой коммуникации

Задачи дисциплины:
- изучение параметров массовой коммуникации, ее структуры, функций, жанров массовой коммуникации;
- особенностей дискурса масс медиа;
- изучение типологии прессы;.
- обучение анализу текстов на лексическом, грамматическом и синтаксическом уровнях, умение выделять правила и закономерности, применять их при и написании аналитических статей, обзоров, рецензий, комментариев;

Место дисциплины в структуре ООП ВО
Дисциплина Б1.Б.11.05 «Язык массовых коммуникаций» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана и закладывает основы для его дальнейшего лингвистического образования посредством курсов русский язык, практикум по русскому языку, основы культуры речи

Требования к уровню освоения дисциплины
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-5.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-5;	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней	грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.	правильными речевыми приемами устной речи и правилами письменной речи. Навыками анализа морфологических форм, предложений, сложных синтаксических

Основные разделы дисциплины:

	Наименование разделов (тем)	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
31.	Массовая коммуникация	6	2		-	10
32.	Телевидение	6		2	-	10
33.	Теленовости	6		2	-	10
34.	Развивающее телевидение	6		2	-	10
35.	Бизнес-программы	6		2	-	10
36.	Ток-шоу	6			-	10
37.	Радио	6			-	10
38.	Пресса	11	2		-	17
	Итого по дисциплине:		***4***	***8***	**-**	***87***

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1.Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719

2.Клюев, Ю.В. Теория и практика массовой информации : учебное пособие / Ю.В. Клюев. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 100 с. - Библиогр.: с. 90-94. - ISBN 978-5-4475-6023-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429884

3.Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

4.Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212

Автор РПД - профессор Л.И. Демина

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.06
«Технологии управления общественным мнением»

Объем трудоемкости: *3 зачетные единицы (108 часов, из них – 16,3 контактных часа, лекционных 6 ч., лабораторных 4 ч., практических 6 ч.; 81 час самостоятельной работы, ИКР 0,3 ч., контроль 8,7 ч.).*

Цель освоения дисциплины - ознакомление студентов с феноменом общественного мнения, его социальной и культурной сущностью, со способами конструирования и управления общественным мнением, с возможностями его использования в рекламных и PR-кампаниях. Основное внимание уделяется формированию у бакалавров системы знаний о содержании, специфике функционирования общественного мнения, о принципах и закономерностях его научного исследования.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:

− формирование знаний о закономерностях формирования общественного мнения;
- формирование понимания структуры общественного мнения; ознакомление с функциями общественного мнения;
- изучение технологий, методов и способов управления общественным мнением;
− знакомство с требованиями к проведению исследований общественного мнения.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Технологии управлением общественным мнением» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Технологии управлением общественным мнением», входящая в вариативную часть профессионального цикла федерального государственного образовательного стандарта по направлению Реклама и связи с общественностью, нацелена на изучение сущности и содержания понятия «общественное мнение», методов и способов управления существующим общественным мнением, возможностей формирования системы экономических, социально-политических, идейно-нравственных отношений в обществе; требований к подготовке и проведению изучения общественного мнения.

Содержание дисциплины логично взаимосвязано с другими дисциплинами профессионального цикла: «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций», «Социология», «теория и практика рекламной деятельности».

Освоение данной дисциплины базируется на изученных ранее курсах, таких как «PR-текст», «Информационная безопасность», «Основы интегрированных коммуникаций», «Психология делового общения», используется при прохождении производственной практики и при самостоятельной подготовке различных типов и жанров устного публичного выступления.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Технологии управления общественным мнением» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-4**);
- умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-5**);

общекультурных компетенций (ОК):

- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (**ОК-4**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/общекультурных* компетенций (*ОПК/ОК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК-4**	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	*знать* основные понятия коммуникации	*уметь* анализировать аудиторию, выделять ее преимущества	*владеть* умением проводить SWOT-анализ
2	**ОПК-5**	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	*знать* современные рекламные стратегии, формы реализации	*уметь* использовать навыки для исследования психологическог	*владеть* культуры научного мышления; навыками

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			креатива в нестандартномрекламном продукте;	о восприятия конкретной рекламы целевой аудиторией и определения ее возможной эффективности;	применения различных методов и приемов BTL;
3	**ОК-4**	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	*знать* современное отечественное и мировое законодательство;	*уметь* использовать знания в законодательной области;	*владеть* навыками применения знаний в области законодательства;

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Общественное мнение как предмет изучения	18	2	2		15
2.	Общественное мнение как специфический социальный институт	18	2	2		15
3.	Формирование общественного мнения	18	1	1		15
4.	Управление общественным мнением в кризисных ситуациях	18	1	1		15
	Итого по дисциплине:	**72**	**6**	**6**		**60**

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Общественное мнение как предмет изучения (продолжение)	9			1	5
2.	Общественное мнение как специфический социальный институт (продолжение)	9			1	5
3.	Развитие общественного мнения	9			1	5
4.	Управление общественным мнением после кризисных ситуаций	9			1	8
	Итого по дисциплине:	**36**			**4**	**23**

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон.дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280
2. Вирен, Г. Современные медиа: Приемы информационных войн [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г. Вирен. — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 128 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97232. — Загл. с экрана.

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.
преподаватель Е.В. Тарасенко

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.07
«Копирайтинг»

Объем трудоемкости: *3 зачетные единицы (108 часов, из них – 12,3 ч. контактных часов: лекционных 6 часов, лабораторных 6 часов, ИКР 0,3 ч.; 87 часов – СР, экзамен 8,7 ч.)*

Цель дисциплины:

Программа ставит своей целью подготовку учащихся к аналитической рекламной деятельности в области копирайтинга, поэтому направлена на развитие культуры их мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Программа продуцирует углубленное представление о структуре и единицах рекламного сообщения, предполагая обучить студентов современным продуктивным тактикам и стратегиям воздействия рекламного текста на аудиторию. Параллельно предполагается развивать способности учащихся использовать на практике навыки и умения в организации профессионально-творческих и научно-исследовательских работ и их умение принимать нестандартные решения, разрешать проблемные ситуации.

Курс базируется на новом подходе, основополагающими принципами которого является учет особенностей психологического восприятия текста, предполагающего возможности моделирования текстового рекламного сообщения.

Дисциплина нацелена не только на повышение уровня теоретических знаний студентов, но и на обучение их практическим навыкам речевого общения в рекламной деятельности,

В программе учтены новейшие достижения психологии, лингвистики и риторики. Большое внимание в ней уделяется психологии речевого воздействия, актуальной для рекламной деятельности. Дисциплина рассчитана на развитие творческих способностей учащихся. Практические задания обращены к реальным ситуациям, возникающим в рекламной коммуникации, близкие к тем, с которыми студенты могут столкнуться в своей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

1. Углубить знания учащихся о стилистической дифференциации и стилистической принадлежности рекламных произведений, расширить представление студентов о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации.

2. Выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ,

3. Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки студентов, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере рекламы.

4. Обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных сообщений, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.11.07 «Копирайтинг» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Курс «Копирайтинг» тесно связан и опирается на знания, полученные в таких дисциплинах как «Язык массовых коммуникаций», «Спичрайтинг», «Работа с текстами в рекламе и ПР» и др.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных /профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компете	Содержание компетенции (или её	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны

	нции	части)	знать	уметь	владеть
1.	*ОПК-3*	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	осуществлять литературное редактирование текстов в рекламе и ПР	навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для рекламы и П

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
39.	Предмет, структура и методология курса	8	1			7
40.	Печатный рекламный текст: структура, создание и внедрение в жизнь рекламного проекта	11	1			10
41.	Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера	11	1			10
42.	Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе	12	1		1	10
43.	Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения	12	1		1	10
44.	Основной текстовый рекламный блок	12	1		1	10
45.	Тексты радиорекламы	11			1	10
46.	Рекламный текст на TV	11			1	10
47.	Особенности текстов политрекламы	8			1	7
	Итого по дисциплине:		6		6	87

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Ильясова, С. В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия [Электронный ресурс] : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2016. - 328 с. - https://e.lanbook.com/book/91035#authors.
2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458

Авторы РПД – преподаватель Тарасенко Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.08
«Спичрайтинг»

Объем трудоемкости: *3 зач. ед. (108 часов, 12,3 контактных часа, 6 часов лекционных занятий, 6 часов – лабораторных занятий, 87 ч. – СРС, 8,7 ч. экзамен, 0,3 ч. ИКР).*

Цели освоения дисциплины – научить студентов умению составлять тексты для устного выступления в сфере политики, экономики, бизнеса, поэтому направлена на развитие культуры их мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации цели курса предполагается решение следующих **задач:**

- Углубить знания учащихся о стилистической дифференциации и стилистической принадлежности создаваемых произведений (текстов оперативного характера), расширить представление студентов о жанрах спичрайтинга на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации.
- Выработать умение создавать соответствующие стандартам и деловым требованиям тексты письменного характера и речи выступлений,
- Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки студентов, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере Спичрайтинг.
- Обучить методологии и практике экспортирования созданных документов и речей, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.Б.11.08 «Спичрайтинг» занимает важное место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», служит формированию профессиональных навыков бакалавров, в соответствии с выбранным профилем специализации. Дисциплина «Спичрайтинг» относится к базовой части блока «Б1 Дисциплины (модули)» учебного плана. Дисциплина «Спичрайтинг» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Психология рекламы», «Копирайтинг».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ОПК 3**	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга	способы создания текстов для устного выступления, основы литературного редактирования.	применять знания составления текстов для рекламы и связей с общественностью и применять различные способы редактирования.	базовыми навыками создания текстов навыками литературного редактирования и копирайтинга
2.	**ПК 6**	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации,	специфику участия в создании коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и	принимать участие в коммуникационных мероприятиях предприятия	навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
		обеспечении внутренней и внешней коммуникации	внешней коммуникации		
3.	**ПК 7**	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий	планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия	навыками по участию в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Предмет, структура и методология курса.	10	1		1	8
2.	Спичрайтерский текст как продукт спичрайтерской деятельности.	10			1	9
3.	Спичрайтерская практика в России.	10	1			9
4.	Спичрайтинг раздел современной деловой риторики.	9			1	8
5.	Жанровая модель как база создания спичрайтерского текста.	10	1			9
6.	Жанры обращений, телеобращение, радиообращение, прямая линия.	10	1		1	8
7.	Спичрайтинг как особый вид аналитической публицистики.	10	1			9
8.	Эволюция имиджа и технологии снижения имиджа.	10			1	9
9.	Главная речь кандидата.	10	1			9
10.	Информационная, убеждающая, специальная речь.	10			1	9
	Итого по дисциплине:		6		6	87

Курсовые работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен.*

Основная литература:

1. Константинова, Л. А. Деловой русский язык [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Константинова, С. А. Юрманова. - М. : Флинта, 2014. - 88 с. - https://e.lanbook.com/book/47590#authors.
2. Кормилицына, М. А. Язык СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие / М. А. Кормилицына, О. Б. Сиротинина. - 3-е . - Москва : Флинта, 2015. - 92 с. - https://e.lanbook.com/book/74610#authors.

Автор (ы) РПД- преподаватель Тарасенко Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.09
«Имиджмейкинг»

Объем трудоемкости: *3 зачетные единицы (108 часов, 12,3 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 8 ч., 0,3 ч. ИКР; 87 часов самостоятельной работы, 8,7 ч. – контроль).*

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний об имиджелогии, навыков управления персональным, политическим и корпоративным имиджем в различных областях общественно-экономической деятельности.

Рабочая программа дисциплины «Имиджмейкинг» включает изучение следующих вопросов: технологии персональной имиджелогии, политическая имиджелогия, корпоративная имиджелогия, профессия имиджмейкера.

Задачи дисциплины:

Достижение поставленной цели обеспечивается путем решения следующих задач:

- изучается история имиджелогии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявляется роль имиджелогии в современном обществе;
- рассматриваются основные концепции имиджелогии, содержащие базовые понятия;
- изучается структура имиджа, его составляющие;
- изучаются современные типологии имиджа;
- Рассматриваются функции и значения имиджа;
- изучается инструментарий имиджелогии и методики его использования;
- раскрываются имиджевые стратегии;
- рассматриваются контексты имиджеологии;
- описываются теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- формируются навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджелогии;
- формируются навыки создания и управления политическим и корпоративным имиджем.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.11.09 к базовой части Блока 1 учебного плана. Модуль 1. Коммуникология. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (баклавриат).

Роль и значение учебной дисциплины «Имиджмейкинг» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Учебная дисциплина «Имиджмейкинг» занимает важное место в системе других учебных дисциплин. Значение названной дисциплины определяется, прежде всего, тем, что она дает первоначальные знания по проблемам управления профессиональной имиджем как индивида, так и компании в целом.

Курс «Имиджмейкинг» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Основы имиджелогии», «Основы интегрированных коммуникаций», «Технологии в рекламе связях с общественностью». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач размещения рекламы, повышение эффективности управления потоками рекламной информации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных и профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-7	способностью к самоорганизации и самообразованию	многообразие процессов управления в современных организациях	ориентироваться в соотношении административных, правовых и экономических методов управления хозяйственной и коммуникационной деятельностью; применять правовое содержание	навыками планирования и контроля организационных процессов

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
				процедур управления организацией и коммуникационной деятельностью;	
2.	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	специфику участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	генерировать внедрять процессы внутренней и внешней коммуникативной среды	навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации, участия в создании коммуникативной инфраструктуры

Основные разделы дисциплины

Разделы, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
48.	Персональная имиджелогия: теоретические аспекты самопрезентации	17	1	1		15
49.	Технологии персональной имиджелогии	21	1	2		18
50.	Политическая имиджелогия	21	1	2		18
51.	Корпоративная имиджелогия	21	1	2		18
52.	Профессия имиджмейкера	19		1		18
	Итого по дисциплине:		4	8		87

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267.
2. Шарков, Ф. И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учебное пособие / Шарков Ф. И. - М. : Дашков и К°, 2017. - 270 с. - https://e.lanbook.com/book/93478#authors.

Автор (ы) РПД канд.филол. наук, доц. Немец Г.Н.,
Ф.И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.11.10
«Риторика»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, 8,2 контактных часа, в 4 часов лекционного типа, 4 часа практического типа, 60 - СРС, 3,8 ч. - зачет, ИКР 0,2 ч.)*

Цель освоения дисциплины.

Основная цель освоения дисциплины «**Риторика**» - развитие навыков публичных выступлений, формирование умения логически верно, аргументировано и ясно строить письменную и устную речь в соответствии с коммуникативными намерениями и коммуникативной ситуацией.

Задачи дисциплины.

- формирование навыков построения связных монологических высказываний в соответствии с коммуникативной ситуацией;
- формирование и развитие умения выступать публично, с учетом специфики аудитории и поставленных задач, аргументировать свою позицию;
- освоение основных приемов и правил ведения дискуссии;
- усвоение навыков самостоятельной творческой работы со словом;

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Учебная дисциплина «Риторика» занимает важное место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Журналистика», служит формированию профессиональных навыков бакалавров, в соответствии с выбранным профилем специализации. Дисциплина «Риторика» относится к базовой части блока «Б1 Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина «Риторика» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Культура речи и стилистика», «Деловое общение»

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных / общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОК/ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	*ОК5*	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	коммуникативные возможности языковых единиц всех уровней	грамотно излагать мысли в устной и письменной речи.	правильными речевыми приемами устной речи и правилами письменной речи. Навыками анализа морфологических форм, предложений, сложных синтаксических
2	*ПК7*	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	основные этапы становления риторического знания, работы лучших ораторов истории и современности	логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь	правилами и приемами подготовки к публичному выступлению

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
53.	Риторика как искусство и наука.	11	1			10
54.	Основные этапы становления риторики как науки и искусства.	11	1			10
55.	Становление и развитие риторического знания в России.	12	1		1	10
56.	Ораторское мастерство.	12	1		1	10
57.	Подготовка к публичному выступлению.	11			1	10
58.	Композиция публичного выступления. *Итоговое занятие*	14,8			1	10
	Итого по дисциплине:		4		4	60

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Аннушкин, В. И. Риторика [Электронный ресурс] : экспресс-курс : учебное пособие / Аннушкин В. И. - М. : Флинта, 2016. - 223 с. - http://e.lanbook.com/book/85845.

Автор РПД – д-р, филол. наук, проф. Демина Л.И.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.12.01
«Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)»

Объем трудоемкости (1 курс ЗФО): *7 зачетных единиц (252 часа, из них – 59,6 контактных часа: лекционных 36 ч., практических 10 ч., лабораторных 8 ч.; 175 часов самостоятельной работы; 0,6 часов ИКР, 17,4 часа экзамен; 5 часов КРП).*

Объем трудоемкости (2 курс ЗФО): *6 зачетных единиц (216 часов, из них – 48,6 контактных часов: лекционных 12 ч., практических 20 ч.; лабораторных 16 часов; 150 часов самостоятельной работы; 0,6 часов ИКР, 17,4 часа экзамен).*

Цель освоения дисциплины – изучить теоретические основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью) и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:
- получение теоретических знаний об интегрированных коммуникациях (рекламе и связях с общественностью) как сложной многоуровневой системе коммуникационных технологий, их основных принципах и функциях;
- ознакомить студентов с историей и основными этапами становления рекламы и связей с общественностью в Европе, США и России;
- рассмотреть понятие и основы рекламной деятельности;
- изучить формы рекламной деятельности;
- выявить особенности и задачи рекламы на разных стадиях жизненного цикла товара;
- проанализировать особенности интегрированных коммуникаций в бизнес-организациях;
- раскрыть социальные аспекты маркетинговых коммуникаций;
- сформировать у студентов понятие рекламы как канала маркетинговой коммуникации и механизма общественных связей и отношений;
- рассмотреть особенности рекламы в информационном бизнесе;
- изучить основы планирования и проведения, анализа результатов интегрированных рекламных и PR-кампаний;
- проанализировать особенности целевых аудиторий в рекламной и PR-коммуникации и их восприятия рекламной и PR-информации, формирования у аудиторий информационных потребностей в ней и поддержание интереса к рекламным и PR-сообщениям;
- выявить психологическую специфику рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» учебного плана по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной, необходимы для последующего успешного изучения таких курсов, как «Основы маркетинга», «Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании», «Психология массовых коммуникаций», «Разработка и технологии производства рекламного продукта».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных /профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК 1**	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области	- принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; -	- использовать механизмы коммуникационного воздействия; - выполнять	- традиционными и современными технологиями профессиональн

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		рекламы и связей с общественностью в различных структурах	основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; - виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде; - правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью.	аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программах	ой деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами; - способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; - методами коммуникации в кросс-культурном пространстве
2	**ОПК 4**	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	- принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; - аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в формировании общественного мнения; - современные процессы в сфере масс-медиа	- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	- принципами планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
3	**ОПК-5**	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	- принципы проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;	- принимать участие в проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	- принципами проведения коммуникационных кампаний и мероприятий
4	**ПК-7**	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	- принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационно	- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных	- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			й деятельности; - виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде	кампаний и коммуникационных программах	анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами; - способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; методами коммуникации в кросс-культурном пространстве
5	**ПК 12**	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	- принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций; основы правового саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности; виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде	- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программах	- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности, навыками работы с рекламными и PR-текстами на способностью работать в группах и коллективах в качестве исполнителя или руководителя младшего звена; - методами коммуникации в кросс-культурном пространстве
6	**ПК 13**	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	- принципы осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах	- осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах	- принципами осуществления профессиональных функций в области рекламы в государственных, общественных, производственных, коммерческих структурах
7	**ПК 14**	способностью реализовывать знания в области рекламы как	- принципы осуществления профессиональны	- осуществлять профессиональные функции в области	- принципами осуществления профессиональн

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		сферы профессиональной деятельности	х функций в области рекламы в государственных, общественных, производственных, коммерческих структурах	рекламы в государственных, общественных, производственных, коммерческих структурах	ых функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые на 1 курсе *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
59.	Предмет и базовые аспекты теории коммуникации	18	2	2		14
60.	Истоки и основные этапы развития теории коммуникации	18	2	2		14
61.	Основные модели интегрированных коммуникаций	18	2	2		14
62.	Коммуникации в сфере связей с общественностью	20	4	2		14
63.	Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятия, сущность, стратегия	21	4	2	1	14
64.	Межличностные коммуникации	19	4		1	14
65.	Вербальные и невербальные коммуникации	19	4		1	14
66.	Слухи как вид коммуникации	17	2		1	14
67.	Коммуникация в малых группах	17	2		1	14
68.	Коммуникации в организациях	19	2		1	18
69.	Реклама как механизм общественных связей и отношений	21	4		1	18
70.	Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний	22	4		1	18
	Итого по дисциплине:		36	10	8	180

Разделы дисциплины, изучаемые на 2 курсе *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Управление внутрикорпоративными связями с общественностью	15	1	1	1	12
2.	Корпоративная культура	15	1	1	1	12
3.	Фирменный стиль	15	1	1	1	12
4.	Технологии и инструменты внутрикорпоративных связей с общественностью	15	1	1	1	12
5.	Роль внутрикорпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа организации	16	1	2	1	12
6.	Внутрикорпоративные связи с общественностью в условиях кризиса	16	1	2	1	12
7.	Особенности рекламного процесса	16	1	2	1	12
8.	Виды рекламы и классификация рекламных носителей	16	1	2	1	12
9.	Исследования в рекламе и оценка эффективности рекламной деятельности	16	1	2	1	12

10.	Роль психических и психологических процессов в формировании рекламных образов	18	1	2	1	14
11.	Специфические приемы рекламных коммуникаций	18	1	2	1	14
12.	Стимулирование сбыта как элемент повышения эффективности маркетинговых коммуникаций	18	1	2	1	14
	Итого по дисциплине:		12	20	16	150

Курсовые работы:

Примерная тематика курсовых работ (проектов) (1 курс ЗФО)

1. Социальные сети как молодежная коммуникативная среда.
2. Коммуникации в информационном обществе.
3. Коммуникационные аспекты политики.
4. Пресс-службы и СМИ: проблемы взаимоотношений
5. Информационные войны: история и современность
6. Семиотический аспект теории социальных коммуникаций
7. Знак и символ в социальных коммуникациях
8. Реклама и ее роль в коммуникациях
9. Средства массовой информации как фактор формирования общественного сознания
10. Манипулятивные технологии в системах массовой коммуникации
11. Невербальные элементы в коммуникации
12. Сущность и функции межличностной коммуникации
13. Коммуникативные конфликты и способы их разрешения
14. Сущность и функции массовой коммуникации
15. Теории и направления массовой коммуникации
16. Массовая коммуникация и реклама
17. Массовая коммуникация и речевая деятельность
18. Способы манипуляции в межличностной коммуникации
19. Политические формы манипуляции в массовых коммуникациях
20. Язык как инструмент социальной власти
21. Тендерные аспекты в социологии коммуникаций
22. Коммуникативный акт и его составные элементы
23. Убеждение и внушение как способы коммуникативного воздействия на аудиторию.
24. Знак как средство передачи информации различного рода: компоненты значения знака.
25. Семиотические характеристики слова как основной единицы языка.
26. Особенности передачи информации: одновременное распространение по разным каналам, синтез разных средств коммуникации.
27. Корпоративные праздники как технология создания и укрепления корпоративного духа.
28. Интранет как внутренняя коммуникативная среда организации.
29. Имидж первого лица компании как важная составляющая корпоративной культуры.
30. Официальные сайты компаний и с их страницы в социальных сетях как эффективный инструмент продвижения бизнеса: анализ коммуникационных стратегий
31. PR фотографии (на примере фестиваля «Photovisa»).
32. Технологии Public Relations в системе организационной культуры: институциональный анализ.
33. Корпоративные сайты как инструмент PR-деятельности (на материалах Краснодарского края).
34. Подготовка речи для PR-кампании. Технология публичных выступлений
35. Управление внутренними коммуникациями организации: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации).
36. Спонсорство и благотворительность как PR-деятельность в организациях: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации)
37. Социальные PR-проекты: особенности разработки и реализации (на примере конкретного PR-проекта).
38. Социальный брендинг в деятельности организации: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития (на примере конкретной организации).
39. Связи с общественностью в органах государственного управления: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
40. Связи с общественностью в правоохранительных органах: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
41. Технологии взаимодействия государственных структур с общественными организациями (на примере конкретной общественной организации или государственной структуры).
42. Пресс-служба организации и СМИ: технологии взаимодействия и перспективы развития.

43. Пресс-служба президента России: формы и методы взаимодействия с общественностью
44. Технологии производства информационных материалов и взаимодействие со СМИ (на примере конкретной PR-кампании).
45. Служба связей с общественностью как технология коммуникационного обеспечения деятельности организации (на примере конкретной организации).
46. Консалтинг в связях с общественностью: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
47. Коммуникационное взаимодействие в рекламной кампании: состояние, проблемы, направления совершенствования и перспективы развития.
48. PR-деятельность и современные рекламные стратегии: взаимосвязь, тенденции и перспективы развития.
49. СМИ как канал выхода на аудиторию в PR-деятельности (на примере конкретной организации).
50. Лоббирование в PR-деятельности: сущность, проблемы, используемые технологии.
51. Общественное мнение как объект воздействия специалиста СО
52. Международные объединения PR-специалистов и их роль формировании коммуникативистики как сферы профессиональной деятельности.
53. Этика и профессиональные стандарты в рекламе и связях с общественностью.
54. Ярмарка как инструмент маркетинга, рекламы и связей с общественностью.
55. Негативные PR-технологии: использование официальных и неофициальных каналов.
56. Фирменный стиль как основное средство формирования благоприятного имиджа.
57. Корпоративная (организационная) культура как основное средство формирования фирменного стиля.
58. Манипулирование и политическая реклама.
59. Особенности коммуникационной политики в государственных структурах
60. Особенности коммуникационной политики в коммерческих структурах

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 336 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93373

Авторы РПД: канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В., канд. филол. наук, доц. Немец Г.Н.., ст. преподаватель Николаева Ю.Е.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.12.02
«Инновационные технологии в рекламе и ПР»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 12,2 контактных часов: лекционных 4 ч., практических 6 ч.; 56 часов самостоятельной работы; 3,8 часов контроль, 0,2 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины - изучить инновационные методы и технологии выстраивания коммерческих коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:
- рассмотреть теоретические аспекты инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии
- рассмотреть инновационные технологии в рекламной и ПР-практиках.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Базовая часть. Профессиональный цикл» учебного плана по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «Рекламный менеджмент», «Маркетинг», «Социология рекламной деятельности», «Креатив в рекламе», «Разработка и технологии производства рекламного продукта», «Психология рекламной деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ОПК-6**	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	алгоритмы анализа информации	воспринимать, обобщать, анализировать информацию	способностью воспринимать, обобщать, анализировать информацию
2.	**ПК-5**	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Специфику реализации инновационных проектов и методов рекламы ПР	Реализовывать инновационные проекты в сфере рекламы и ПР	Навыками реализации инновационных проектов в области рекламы и ПР
3.	**ПК-14**	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Специфику реализации знания в области реализации инновационных проектов в области ре рекламы и ПР	Реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Навыками использования актуальных знаний в области инновационной рекламной и ПР-деятельности

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов	Количество часов

		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
71.	Теоретические аспекты инновационной деятельности Современные тенденции развития рекламного рынка	10	1	1		8
72.	Современные принципы брендирования	7		1		6
73.	Инновации в рекламе. Инновации в ПР	10	1	1		8
74.	Реклама в соцсетях. ПР в соцсетях	7		1		6
5.	Форсайтные исследования в связях с общественностью	10	1	1		8
6.	Требования к рекламе. Правовое регулирование рекламной деятельности	7		1		6
5.	Средства наружной рекламы. Средства почтовой рекламы	10	1	1		8
6.	Вспомогательные средства рекламы. Планирование рекламных кампаний.	7		1		6
	Итого по дисциплине:		4	8		56

Основные разделы дисциплины

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва: Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212

Автор (ы) РПД канд.филол. наук, доц. Немец Г.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.12.03
«Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта»

Объем трудоемкости: *6 зачетных единиц (216 часов, 34,6 контактных часа, из них - лекционных 10 ч., практических 8 ч., лабораторных 12 ч.; 164 часа самостоятельной работы); 17,4 часов экзамен, ИКР 0,6 ч., КРП 4 ч.)*

Цель освоения дисциплины - формирование у студентов представления о производстве рекламного продукта, а также создание теоретической базы и практических навыков разработки творческой концепции рекламного продукта, содержания рекламных обращений с их вербальными и визуальными составляющими и их художественного воплощения.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:
- сформировать представление об этапах, принципах и методах разработки рекламного продукта;
- ознакомить с функциями креаторов, дизайнеров, копирайтеров в рекламном агентстве;
- рассмотреть принципы и методы создания вербальных и невербальных составляющих рекламного сообщения;
- рассмотреть вопросы речевого и коммуникативного воздействия в рекламе;
- овладеть навыками разработки рекламного продукта в печатных и электронных СМИ.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью»

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта», необходимы в ходе прохождения студентами практик, при изучении дисциплин соответствующей профилизации, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК-3**	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	осуществлять литературное редактирование текстов в рекламе и ПР	навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для рекламы и П
2	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
3	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение	способы подготовки выпуска и производства рекламной	подготавливать и согласовывать с руководством рекламные проекты, включая текстовые	способностью под контролем руководства осуществлять подготовку

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК-3**	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	осуществлять литературное редактирование текстов в рекламе и ПР	навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для рекламы и П
		рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	продукции под контролем руководства	графические и презентационные материалы	рекламных и ПР-продуктов, а также их распространение

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Психология восприятия рекламного и PR-продукта потребителем.	12	2		1	10
2	Теория рекламы и особенности создания эффективного рекламного и PR-продукта.	10	1		1	9
3	Семиотика рекламы.	11	1		1	10
4	Основные условия и компоненты творческого процесса в рекламе. Жанры рекламы.	10	2		1	8
5	Разработка стратегии рекламного и PR-текста. Копирайтинг и его основные понятия.	13	1	1	1	10
6	Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного и PR-текста.	13	1	1	1	10
7	Взаимодействие вербальной и невербальной информации в рекламном и PR-продукте.	13	1	1	1	10
8	Принципы создания рекламного текста для различных видов рекламы и PR	13	1	1	1	10
	Итого по дисциплине:		10	4	8	77

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Художественное редактирование в рекламе. Художественный креатив в создании рекламного объявления.	13		1		12
2	Визуальные средства рекламы. Конструирование упаковки.	14		1		13
3	Творческое производство рекламного и PR-продукта в печатных средствах массовой информации.	14		1		13
4	Творческое производство рекламного и PR-продукта в радио-, телевизионных, электронных средствах массовой информации.	14		1	1	13
5	Оценка художественной ценности рекламного и PR-продукта	13			1	12

6	Оценка социально-психологической эффективности рекламного и PR-продукта.	13			1	12
7	Оценка экономической, маркетинговой и коммуникативной эффективности рекламного и PR-продукта.	13			1	12
	Итого по дисциплине:			4	4	87

Курсовые работы:

Примерная тематика курсовых работ

1. Специфика использования креативных технологий в создании художественного образа в рекламе.
2. Проблемы разработки УТП для рекламы продукта/услуги: содержательные и формальные признаки.
3. Особенности разработки теле- и радиорекламы. Сопоставительный анализ.
4. Провокационный маркетинг и техника Flash-mob, как разновидность рекламной коммуникации.
5. Проблематика создания рекламного текста: стили, семантика, фонетическая окраска.
6. Компьютерная графика и ее выразительные средства в рекламе. (Анализ конкретных примеров).
7. Дизайн социальной рекламы (понятие и основные виды).
8. Сопоставительный анализ эффективности различных видов рекламной продукции.
9. Особенности использования рекламной стратегии для политической рекламы.
10. Особенности использования рекламных стратегий для создания коммерческой рекламы.
11. Особенности использования рекламных стратегий для создания социальной рекламы.
12. Роль рекламы в Интегрированной маркетинговой коммуникации (ИМК): разработка и реализация.
13. Приемы создания творческой концепции рекламного продукта.
14. Фестивали рекламного искусства: современное состояние, тенденции и перспективы развития.
15. Психология рекламы: архетип, миф, сказкотворчество.
16. Социокультурные аспекты рекламного творчества.
17. Межкультурные коммуникации в рекламном творчестве.
18. Актуальные проблемы современности в социальной рекламе. (На выбор одна из проблем: экология, права человека, молодежная субкультура, терроризм, расизм/шовинизм).
19. Проблематика создания имиджа и стереотипов в рекламе.
20. Разработка названий для товаров - brend name.
21. Основы нейро-лингвистического программирования (НЛП). Особенности применения НЛП в рекламе.
22. Семиотика и интегрированные маркетинговые коммуникации. Реклама как семиотическая система.
23. Жанр как механизм культурной преемственности рекламных форм.
24. Коммуникативное и речевое воздействие и манипулирование на различных языковых уровнях.
25. Понятие социально-психологической эффективности рекламного продукта.
26. Игровые модели и приемы в рекламе.
27. Языковая игра в рекламе.
28. Юмор в рекламе. Языковые средства создания юмористического эффекта.
29. Стилистическая дифференциация и имидж автора в коммерческой и политической рекламе.
30. Недобросовестная аргументация в политической и коммерческой рекламе.
31. Причины неэффективности аргументации (на примере коммерческой рекламы).
32. Национальные особенности аргументации и их учет в коммерческой и политической рекламе.
33. Полоролевые различия и их отражение при разработке рекламного продукта.
34. Особенности и принципы создания и функционирования слогана в корпоративной рекламе.
35. Особенности рекламных текстов в политической и социальной рекламе.
36. Проблемы перевода рекламного текста (в аспекте межкультурной коммуникации).
37. Реклама как явление массовой культуры.
38. Особенности художественного восприятия рекламы

39. Реклама как реализация субкультурных стереотипов и образцов.
40. Художественные средства гармонизации формы в рекламе.
41. Драматургические конструкции и фоносемантика рекламного текста.
42. Особенности рекламной риторики.
43. Реклама как современная мифология.
44. Реклама как фактор семиотизации социокультурного пространства.
45. Цвет как художественное средство рекламы.
46. Технология производства выставочного продукта
47. Звуковые средства создания рекламного образа.
48. Особенности восприятия современной рекламы.
49. Технологические аспекты проектирования социальной рекламы.
50. Аргументационная составляющая рекламной кампании.
51. Интертекстуальность рекламного дискурса.
52. Стратегии речевого воздействия и манипулирования в коммерческой рекламе.
53. Принципы разработки коммерческих названий и логотипов.
54. Рациональные и эмоциональные мотивы в рекламе: их отражение в рекламных заголовках, слоганах и иллюстрациях.
55. Технологии манипулирования в рекламе: правовая и этическая оценка.
56. Методика написания слоганов в практике рекламной деятельности
57. Обзор продукта как основное направление рекламного ролика.
58. Пресс-конференция как PR-инструмент
59. Инновационные технологии в Интернет-рекламе
60. Особенности построения и формирования бренда в сети Интернет

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен/экзамен*

Основная литература:

1. Ильясова, С. В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия [Электронный ресурс] : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2016. - 328 с. - https://e.lanbook.com/book/91035#authors
2. Поляков, Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2017. - 502 с. - https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.
3. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458
4. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1
6. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478

Авторы РПД: канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.12.04
«Брендинг»

Объем трудоемкости: *2 зачетных единицы (72 часа, 14,2 контактных часа, лекционных 8 ч., практических 6 ч.;54 часа самостоятельной работы; 3,8 ч. контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины - приобретение студентами базовых теоретических знаний и практических навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера. Знание основных принципов и технологий брендинга и брендбилдинга являются важной составляющей профессиональной подготовки современных специалистов по связям с общественностью.

Задачи дисциплины.

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: рассмотреть основные теоретические подходы исследований брендинга и брендбилдинга; ознакомить студентов с основными этапами создания бренда; рассмотреть вопросы организации и проведения брендинговых кампаний; изучить специфику PR-коммуникаций в брендинге; освоить различны методики оценки эффективности брендинга; ознакомить со спецификой брендинга на региональном, национальном и глобальном уровнях.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Брендинг» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.
Дисциплина «Брендинг» относится к профессиональному циклу, входит в его базовую часть.
Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе дисциплин «Основы теории коммуникации», «Интегрированные коммуникации (теория и практика рекламы и со)».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	*ОПК1*	способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	специфику деятельности по формированию бренда и его управлению	анализировать данные конкурентного анализа	умением проводить коммуникационный аудит действующего бренда
2	*ПК11*	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	принципы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	проводить коммуникационный аудит действующего бренда	умением аргументированно анализировать удачные и неудачные кейсы российских и региональных брендов
3	*ПК13*	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	основные понятия брендинга	анализировать товар, выделять его преимущества	умением проводить SWOT-анализ

Основные разделы дисциплины
Разделы дисциплины, изучаемые на 1 курсе *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС

1	2	3	4	5	6	7
7.	Бренд, брендинг, бренд-менеджмент	17	2	2	-	13
8.	Подготовительный этап брендинга	17	2	2	-	13
9.	Технологии проектирования бренда	17	2	1	-	14
10.	Коммуникационная кампания бренда. *Итоговое занятие*	17	2	1	-	14
	Итого по дисциплине:		8	6	-	54

Курсовые работы: *не предусмотрены*
Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб.пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О., преподаватель Тарасенко Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.12.05
«Технологии социальных сетей в рекламе и ПР»

Объем трудоемкости: *2 зачетных единицы (72 часа, из них – 10,3 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 6 ч.; 53 часа самостоятельной работы, ИКР 0,3 часа, 8,7 часа контроль).*

1 Цели и задачи изучения дисциплины (модуля).

1.1 Целью курса «Технологии социальных сетей в рекламе и ПР» является изучение студентами базовых представлений о рекламных технологиях в Сети и Интернет-рекламе, позволяющих ориентироваться в рекламных стратегиях Интернет-бизнеса и Интернет-рекламы, в вопросах получения, обработки, интерпретации необходимой для рекламной деятельности информации из Сети с целью подготовки содержания и оформления рекламных сообщений, принятия оптимальных решений по проведению рекламных кампаний, оценки эффективности рекламной деятельности.

1.2 Задачи дисциплины:

- изучение Интернет-технологий в рекламе, требований к составу информации, ее содержанию и функциям;
- изучение основных направлений развития и совершенствования сферы Интернет обеспечения рекламной деятельности (правовой, технический, организационный и экономический аспекты);
- изучение прикладных аспектов Интернет-технологий, возможностей их использования в процессе рекламной деятельности;
- получение основ знаний о рекламной аудитории Сети, обработке результатов исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;
- изучение теоретических основ и практики рекламной работы в глобальной сети Интернет, поиск актуальной информации (механизм работы поисковых серверов), изучение возможностей проведения рекламной деятельности в глобальной Сети.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Технология социальных сетей в рекламе и ПР» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины «Технологии социальных сетей в рекламе и ПР»
направлен на формирование следующих компетенций:
общепрофессиональных компетенций (ОПК):
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникативных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (**ОПК-6**)
профессиональных компетенций (ПК):
- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (**ПК-13**)
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (**ПК-16**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных* компетенций (*ОПК); профессиональных компетенций (ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	*ОПК6*	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникативных технологий и с учетом основных требований информационной	*знать* интернет-технологии в рекламе, требования к составу информации, ее содержанию и функциям; основные направления развития и	*уметь* создавать тексты рекламы и обрабатывать результаты исследования аудитории с использованием современных статистических программных продуктов;	*владеть* практическими навыками рекламной работы в глобальной сети Интернет; прикладными аспектами Интернет-технологий, возможностями

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		безопасности кампании и мероприятия	совершенствования сферы Интернет обеспечения рекламной деятельности (правовой, технический, организационный и экономический аспекты)	осуществлять поиск актуальной информации	их использования в процессе рекламной деятельности
2.	*ПК13*	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	*знать* основные понятия брендинга	*уметь* анализировать товар, выделять его преимущества	*владеть* умением проводить SWOT-анализ
3.	*ПК16*	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	*знать* аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в формировании общественного мнения; *знать* современные процессы в сфере масс-медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснациональных СМИ	*уметь* анализировать деятельность современных СМИ; *уметь* изучать аудиторию СМИ, ее отношение и предпочтения	- *владеть* методами проведения PR-кампаний и формирования имиджа

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
75.	Общая характеристика Интернет-технологий в рекламе	11	1	1	-	9
76.	Исследование рекламной аудитории	11	1	1	-	9
77.	Правовые, этические и административно-управленческие аспекты Интернет-рекламы	11	1	1	-	9
78.	Особенности рекламной коммуникации в Интернете	11	1	1	-	9
79.	Реклама в электронной коммерции	10		1	-	9
80.	Баннерная реклама в Интернете	10		1	-	8
	Итого по дисциплине:		4	6	-	53

Курсовые работы: Не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный

ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

Автор РПД: преподаватель Сергиенко В.А., канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.01
«Деловое общение»

Объем трудоемкости ЗФО: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8,3 часа аудиторной нагрузки, в том числе 4 часа лекционного типа, 4 часа семинарского типа, 0,3 часа ИКР, 55 часов - СРС, 8,7 часа - экзамен)*

Цель дисциплины - расширение коммуникативной компетенции в области использования русского (родного) языка применительно к различным сферам его функционирования, в том числе и профессиональным. Формирование у студентов навыков прагматического мышления на материале делового русского языка, умений анализировать вариантные единицы языка и грамотно осуществлять выбор нужной единицы в зависимости от целей и условий коммуникации. Овладение различными формами и функциональными стилями русского языка, а также элементарными умениями редактирования и создания профессиональных текстов.

Задачи дисциплины

- научить студентов правильно и уместно использовать языковые средства в зависимости от речевой ситуации, подготовить бакалавров, обладающих профессиональной коммуникативной компетенцией.
- повышение уровня практического владения современным русским литературным языком у специалистов педагогического профиля – в разных сферах функционирования русского языка, в письменной и устной его формах.
- Овладение новыми навыками и знаниями в этой области и совершенствование имеющихся неотделимо от углубления понимания основных характерных свойств русского языка как средства общения и передачи информации, а также расширения общекультурного кругозора, опирающегося на владение богатым коммуникативным, познавательным и эстетическим потенциалом русского языка.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Учебная дисциплина «Деловое общение» занимает важное место в профессиональной подготовке бакалавров по направлению «Реклама и связи с общественностью», служит формированию профессиональных навыков бакалавров, в соответствии с выбранным профилем специализации. Дисциплина «Деловое общение» относится к базовой части блока « Б1 Дисциплины (модули)» учебного плана.

Дисциплина «Деловое общение» опирается на положения таких учебных дисциплин как «Политология», «История», «Современный русский (и родной) язык», последующие дисциплины «Спичрайтинг».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК 5	способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	основы коммуникации, нормы современного русского языка	решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия в рамках делового общения	навыками способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в рамках делового общения
2	ОК6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	работать в коллективе в коллективе, толерантно воспринимая социальные,	навыками в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические,

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
				этнические, конфессиональные и культурные различия	конфессиональные и культурные различия

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (*для студентов ЗФО*)

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
81.	Деловой русский язык как учебная дисциплина	7	1	-	-	6
82.	История формирования делового стиля. Общие признаки официально-делового стиля	7	1	-	-	6
83.	Языковые нормы в официально-деловом стиле.	7	1	-	-	6
84.	Классификация деловой документации. Реквизиты и их разновидности	7	1	-	-	6
85.	Деловое письмо и его разновидности	9	-	1	-	8
86.	Понятие делового общения и его разновидности	9	-	1	-	8
87.	Формы деловой коммуникации.	9	-	1	-	8
88.	Деловой язык новой России	8	-	1	-	7
	Итого по дисциплине:		4	4		55

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Культура речи и деловое общение: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Химик [и др.] ; отв. ред. В. В. Химик, Л. Б. Волкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 308 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). —[Электронный ресурс] — Режим доступа : https://biblio-online.ru/book/32E0CAD2-3095-45F1-AF3B-715A9FB30630
2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата : в 2 ч. Ч. 1 / А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под общ. ред. А. П. Панфиловой. - М. : Юрайт, 2017. - 231 с. - https://www.biblio-online.ru/book/8E37F3A4-BB90-47FD-975C-94F52D8C7ACD.
3. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 258 с. — (Серия : Профессиональное образование). — [Электронный ресурс] - Режим доступа: https://www.biblio-online.ru/book/D6B82178-F5C5-4091-8AA0-AECF4E1482FE.

Автор РПД: ст. преподаватель Николаева Ю.Е.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.02
«Основы менеджмента»

Объем трудоемкости: *4 зачетные единицы (144 часа, 22,5 контактных часа, лекционных 14 ч., практических 8 ч.; 109 часов самостоятельной работы (0,5 ч. ИКР); 3,8 часа зачет; 12,5 часов контроль).*

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области управления профессиональной деятельностью по рекламе и связям с общественностью, а также соответствующими организационными формами, от самостоятельного предприятия до департамента или отдела в структуре организации.

Рабочая программа дисциплины «Основы менеджмента» включает изучение следующих вопросов: теория и практики менеджмента; история менеджмента; современные требования к менеджеру; обеспечение устойчивого развития организации; стратегическое планирование и реализация управленческих решений; мотивация персонала; управление конфликтами в организации; виды, специфика и деятельность коммуникационного агентства; вопросы управления типовым рекламным агентством; Управление процессами разработки и реализации коммуникационных проектов.

Задачи дисциплины:

Главной задачей дисциплины «Основы менеджмента» является ознакомление студентов с современной концепцией менеджмента, которая наиболее эффективна для практики хозяйственной деятельности в России. В условиях новых подходов к научной организации управления на российских предприятиях следует отказаться от сугубо административных методов и обратиться к системным методам многофакторного анализа управленческих ситуаций. Для этого требуется подготовить специалистов, обладающих знаниями естественных и гуманитарных наук, и, в первую очередь, знаниями в теории менеджмента, а также способными работать коллективно (в сплоченной команде).

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б.1.Б.13.02 «Основы менеджмента» входит относится к базовой части Блока 1 учебного плана. Модуль 3 Менеджмент. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Основы менеджмента» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Учебная дисциплина «Основы менеджмента» занимает важное место в системе других учебных дисциплин. Значение названной дисциплины определяется, прежде всего, тем, что она дает первоначальные знания по проблемам управления профессиональной деятельностью и организациями в области рекламы и связей с общественностью в условиях рыночной экономики.

Изучение учебной дисциплины «Основы менеджмента» направлено на представление основной информации о современной концепции менеджмента применительно к деятельности организаций, занятых на рынке маркетинговых коммуникаций, рекламы и связей с общественностью. В новой парадигме организации управления на российских предприятиях в сфере коммуникаций необходимо отойти от чисто административных методов к системным методам многофакторного анализа управленческих ситуаций.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы менеджмента» направлен на формирование следующих компетенций:
– владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы ***(ПК – 2);***
– владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами ***(ПК – 3);***
– способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия ***(ОК - 6).***

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 2**	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	***знать*** многообразие процессов управления в современных организациях	***уметь*** ориентироваться в соотношении административных, правовых и экономических методов управления хозяйственной и коммуникационной деятельностью; применять правовое содержание	***владеть*** навыками планирования и контроля организационных процессов

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
				процедур управления организацией и коммуникационной деятельностью; оценивать различные аспекты воздействия внешнего окружения на определение целей и стратегий организации	
2.	**ПК 3**	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	***знать*** основы управления персоналом; функции и задачи менеджера в организациях современного типа	***уметь*** использовать основные функции современного управления организацией	***владеть*** методами руководства производственно-творческим коллективом; технологиями разрешения конфликта
3.	**ОК 6**	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	***знать*** основы работы в коллективе; этнические, конфессиональные и культурные различия персонала	***уметь*** находить эффективные решения типовых управленческих задач в условиях практической работы конкретной организации;	***владеть*** умением ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией основных функций менеджера, находить эффективные решения типовых управленческих задач в условиях практической работы конкретной организации

Структура и содержание дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	*Раздел 1.История менеджмента* Управленческая мысль и практика в ранних цивилизациях Востока	6	2			4
2.	*Раздел 1.История менеджмента* Становление школы научного менеджмента	4				4
3.	*Раздел 1.История менеджмента Разнообразие моделей* менеджмента: американский, японский, европейский. российский	8				8
4.	*Раздел 1.История менеджмента Административные теории*	4				4

5.	*Раздел 1.История менеджмента* Менеджмент и социальные науки	6		2		4
6.	*Раздел 1.История менеджмента* Школа человеческих отношений	4				4
7.	*Раздел 1.История менеджмента* Развитие научного менеджмента в России	4				4
8.	*Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента* Предмет курса	4				4
9.	*Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента* Свойства организации как объекта управления	6	2			4
10.	*Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента* Типы объединений фирм	6		2		4
11.	*Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента* Типы объединений фирм	8				8
12.	*Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента* Методологические основы оценки менеджмента *Итоговое занятие*	8	4			4
	Итого по дисциплине:		8	4	–	56

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	*Раздел 3. Основы современного менеджмента* Управление человеком и группой	8	2			6
2.	*Раздел 3. Основы современного менеджмента* Лидерство и власть	8				8
3.	*Раздел 3. Основы современного менеджмента* Управление конфликтами	8	2			6
4.	*Раздел 3. Основы современного менеджмента* Мотивация	8		2		6
5.	*Раздел 3. Основы современного менеджмента* Принятие решений	9	2			7
6.	*Раздел 3. Основы современного менеджмента* Управление коммуникационными процессами	8				8
7.	*Раздел 3. Основы современного менеджмента* Комплексный подход к вопросам производительности и эффективности	8		2		6
8.	Итоговый тест по 3-му разделу	6				6
	Итоговое занятие:	9				
	Итого по дисциплине:		6	4	–	53

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет/экзамен*

Основная литература:

1. Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана.

2. Информационный менеджмент : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджева и др. ; под ред. Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579

3. Основы менеджмента : учебник / под ред. В.В. Лукашевич, И.В. Бородушко. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 271 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01061-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118632

4. Самарина, В.П. Основы предпринимательства (для бакалавров). [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — М. : КноРус, 2015. — 222 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/53509 — Загл. с экрана.

5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

Автор РПД: д-р филол. наук, доц., проф. Патюкова Р.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.03
«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Объем трудоемкости: *3 зачетные единицы (108часов, из них – 24,3 контактных часов: лекционных 8 ч., практических 8 ч.; 8 ч лабораторных; 75 часов самостоятельной работы; 0,6 ИКР).*

Цель дисциплины: Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление об эффективном процессе построения отделов по рекламе и СО, профессиональной деятельности в данных отделах по связям с общественностью организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества. Более того, слушателям будет необходимо овладеть навыками как планирования, так и управления коммуникационными процессами.

Задачи дисциплины: Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: проанализировать основные подходы к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов по рекламе и связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; изучить специфику формирования, организации работы, стратегического планирования деятельности отделов по связям с общественностью организаций государственного, коммерческого и некоммерческого сектора; сформировать представление о месте отделов по рекламе и СО в структуре организации, статусе, роли, способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными структурными подразделениям.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б.1.Б.13.03 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» входит относится к базовой части Блока 1 учебного плана. Модуль 3 Менеджмент. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе дисциплин «Современные теории массовой коммуникации», «Технологии создания ПР-текстов», «Теория и практика связей с общественностью».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	ОПК-2	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью	Знать принципы осуществления профессиональной деятельности, организации тактической работы, базируясь на коммуникационных технологий, знания специфики российских и зарубежных национальных моделей СМИ	Уметь осуществлять профессиональную деятельность, формировать профессиональную структуру отделов, базируясь на знании информационно-коммуникационных технологий, знания специфики российских и	Владеть навыками осуществления профессиональной деятельности, основными инструментами управленческой деятельности, базируясь на знании информационно-коммуникационных технологий, знания специфики российскихи зарубежных национальных моделей СМИ

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
2	ПК-1	Способностью принимать участие в управлении и товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.	Знать принципы планирования управленческой, осуществления организационных, мотивационных, контролирующих обязанностей,текущего планирования в соответствии со стратегией развития организации	Уметь внедрять в	Владеть навыками осуществления и координирован ия деятельности отдела, как структурной единицы организации, контролируя выполнение поставленных задач на основе расстановки приоритетов срочности-важности.
3	ПК-15	Владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве.	Знать основные принципы организационной структуры отдела рекламы и связей с	Уметь построить организационную ст	Владеть стратегическим и тактическими механизмами управления отделом, создавать схемы мотивациии организации деятельности на основе SWOT-анализа и ключевых показателей результативности.

Основные разделы дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью	18	2		2	14

2.	Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия	20	2		2	14
3.	Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью	18	2		2	14
4.	Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью	16	2		2	14
	Итого по дисциплине:		8			56

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (для студентов ЗФО)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Внутрифирменный PR	4		2		4
2.	Исследования в работе отелов рекламы и связей с общественностью	4		2		6
3.	Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе	4		2		4
4.	Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью	5		2		5
	Итого по дисциплине:			8		19

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866

Автор РПД: канд. фил. наук, доц., доц. Бельтюков А.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.04
«Основы репутационного менеджмента»

Объем трудоемкости: *2 зачетных единицы (72 часа, 24,2 контактных часа, лекционных 8 ч., практических 8 ч., лабораторных 8 ч.; 44 часа самостоятельной работы; 3,8 часа контроль зачет; 0,2 часа ИКР).*

Цель освоения дисциплины - целью освоения дисциплины является, во-первых, ознакомление обучающихся с новым видом управленческой деятельности в связях с общественностью и рекламе – управление репутацией, во-вторых, помощь в изучении технологий управления репутацией. Особое внимание уделяется экстремальным кризисным ситуациям в организациях самого широкого профиля; в-третьих, предлагаемый курс предоставляет возможность познакомиться с современными тенденциями построения репутации; в-четвертых, научиться применять инновационные технологии и выстраивать такую репутационную политику, чтобы профессионально преодолевать неизбежные кризисы и успешно разрешать сложные кризисные ситуации.

В процессе обучения студенты должны узнать основные проблемы и задачи кризисного управления связями с общественностью, уметь самостоятельно поставить «диагноз» в кризисной ситуации, спланировать возможный сценарий, провести тренинг, оценить уязвимые места и уметь принять правильное решение, иметь представление о методах, средствах, приемах оценки готовности организации к выходу из кризиса.

Учитывая возрастающую значимость антикризисного управления в связях с общественностью, необходимо рассмотреть антикризисный СО - менеджмент как часть стратегического репутационного планирования и управления коммуникациями в организациях.

Задачи дисциплины:

Основные задачи дисциплины Б1.Б.13.04 «Основы репутационного менеджмента»:
- изучить объект и предмет репутационного менеджмента, его основные принципы и функции;
- показать многообразие видов современного репутационного менеджмента, отразить их специфику;
- ознакомить с технологиями проведения репутационного аудита организации;
- освоить практические навыки формирования рекламных и PR-программ формирования имиджа;
- запускать и обеспечивать сопровождение стратегии управления, продвижения или корректировки репутации организации;
- управлять репутацией первого лица организации;
- изучить основные методы формирования имиджа и репутации территории (города, края / области, региона).

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.Б.13.04 «Основы репутационного менеджмента» входит в состав вариативной части профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Предпосылкой успешного овладения дисциплиной является освоение следующих дисциплин: «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью». Освоение дисциплины «Основы репутационного менеджмента» будет способствовать пополнению профессиональных знаний студентов в области связей с общественностью.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных / профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОК-6**	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	основы российской и зарубежной коммуникативистики, менеджмента;	анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
2	**ПК-1**	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	- теоретические основы менеджмента, специфику менеджмента и организации планирования; - понятие репутации в юриспруденции, менеджменте, маркетинге и связях с общественностью;	применять инструменты формирования имиджа и репутации;	культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке целей и выбору путей её достижения;
3	**ПК-6**	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	- преимущества, недостатки, условия использования, особенности реализации репутационных стратегий.	- проводить мониторинг изменения репутационных характеристик в процессе реализации плана.	- навыками формирования стратегии удержания и улучшения репутационных позиций.

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
89.	Понятие репутации и репутационного статуса	8	1	1	1	5
90.	Основные проблемы репутационного менеджмента	8	1	1	1	5
91.	Методы формирования репутации	8	1	1	1	5
92.	Методы управления репутацией и ее изменения	9	1	1	1	6
93.	Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией	9	1	1	1	6
94.	Методы исследования репутации (репутационный аудит)	9	1	1	1	6
95.	Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	8	1	1	1	5
96.	Особенности управления репутацией территории. *Итоговое занятие*	9	1	1	1	6
	Итого по дисциплине:		8	8	8	44

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
3. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Автор РПД: канд. ист. наук, доц., доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.05
«Консалтинг в связях с общественностью»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 10,2 ч. контактных часов: лекционных 4 часа, практических 6 часов, 58 часов – СРС, 3,8 ч. зачет, 0,2 ч. ИКР)

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний, умений и навыков в сфере коммуникационного консалтинга. В процессе изучения материала студенты должны усвоить теоретические, методологические, методические и прикладные аспекты коммуникационного консалтинга в их единстве, понять междисциплинарный характер этой дисциплины, современную проблематику и технологию решения задач в сфере коммуникационной деятельности, способы организации и проведения консалтинговых исследований и разработок, а также самостоятельно находить пути и способы повышения эффективности коммуникационных систем и технологий, их нацеленность на решение стратегических и оперативных задач современных организаций как в сфере бизнеса, так и в системе государственного управления.

Задачи дисциплины:

1) Рассмотреть практику современного консалтинга в России и в мире, выявить его основные черты и выработать навыки организации и планирования консультационной деятельности
2) Осмысление значения и роли коммуникационного консалтинга в си-стеме консультационных услуг, определение его места и функций в структуре современного научного знания и практической деятельности;
3) Проведение сравнительного анализа моделей коммуникационного консалтинга;
4) Рассмотрение этапов и характеристик консалтингового исследования, его организации и проведения;
5) Изучение методов и способов взаимоотношений с клиентскими организациями;
6) Приобретение навыков анализа конкретных коммуникационных ситуаций;
7) Освоение технологии и процедур решения коммуникационных задач в современных организациях.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б3.В.ОД.4 «Консалтинг в связях с общественностью» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули) учебного плана по направлению подготовки ВПО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Курс «Консалтинг в связях с общественностью» тесно связан и опирается на знания, полученные в таких дисциплинах как «Логика», «Психология» «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Основы менеджмента», «Технология управления общественным мнением», «Маркетинговые исследования и ситуативный анализ», «Современная пресс-служба» и др.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ОПК-2**	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Специфику работы в отделах рекламы и связей с общественностью	Вести профессиональную деятельность в отделах рекламы и связей с общественностью	Навыками работы в отделах рекламы и связей с общественностью
2.	**ПК-4**	Владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Особенности подготовки сопроводительной документации к консалтинговым проектам	Вести сопроводительную документацию к консалтинговым проектам	Навыками подготовки сопроводительной документации к консалтинговым проектам
3.	**ПК-5**	Способностью	Специфику	Реализовывать	Навыками

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		реализовывать проекты и владение методами их реализации	реализации консалтинговых проектов	консалтинговые проекты	консалтингового проектирования

Основные разделы дисциплины:
Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛЗ	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности. Предмет, цели и задачи курса	7	1			6
2.	Место консалтинга в системе связей с общественностью. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью	7	1			6
3.	ПР-консалтинг как бизнес. Коммуникационный аудит. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью	8	1	1		6
4.	Технология PR-консультирования. Процесс консультирования	10	1	1		8
5.	Политический консалтинг и политические технологии. Разновидности политического консалтинга. Консультации по созданию имиджа публичного политика, политической структуры.	9		1		8
6.	Управленческое консультирование. ПР-консультирование в различных областях управления.	9		1		8
7.	Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций	9		1		8
8.	Организационное поведение в кризисных политических ситуациях. Взаимодействие с властями. *Итоговое занятие*	11,8		1		8
	Итого по дисциплине:		4	6		58

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана.
2. Дресвянников, В. А. Управленческое консультирование. Учебник для магистров [Электронный ресурс] / В. А. Дресвянников, А. О. Блинов. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 212 с. - 978-5-394-02052-0. Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=135375
3. Информационный менеджмент : учебное пособие / Н.Д. Эриашвили, Г.Г. Чараев, О.В. Сараджева и др. ; под ред. Н.Д. Эриашвили, Е.Н. Барикаева. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. : ил., схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02730-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426579
4. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие —

Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 408 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56229

Автор РПД: Немец Г.Н., канд. филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.06
«Связи с общественностью в кризисных ситуациях»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 14,2 ч. контактных часов: лекционных 6 ч., практических 4 ч., лабораторных 4 ч.; 54 часа самостоятельной работы; контроль 3,8 часа, 0,2 ч. ИКР)*

Цель дисциплины

Целями освоения дисциплины "Связи с общественностью в кризисных ситуациях" являются формирование у студентов целостного представления о современных технологиях, применяемых в российской и международной практике Public Relations в кризисных ситуациях, изучение тенденций развития рынка и технологий кризисного PR, освоение эффективного PR-инструментария для продвижения интересов политических, корпоративных и потребительских брендов в условиях коммуникационного кризиса.

Программа курса построена на изучении основ теории коммуникации и классических технологий кризисного PR с акцентом на знакомство с конкретными примерами-кейсами из современной российской и зарубежной практики. Важными компонентами программы являются изучение эволюционирования технологий управления коммуникациями в связи с появлением и развитием принципиально новой коммуникационной среды – блогосферы, социальных сетей, digital-коммуникаций, - а также отношений аудитории и бренда (организации, корпорации, продукта, персоны) с учетом современных достижений и изысканий в области PR.

Задачи дисциплины

Основные задачи курса определяются современным пониманием идеологии, философии и принципов работы PR-специалистов в условиях кризиса, оценкой роли коммуникационных технологий в управлении современным обществом и нейтрализации коммуникационных кризисов, а также пониманием возможности применения этих знаний в практической деятельности.

Освоение курса позволит студентам прогнозировать, оценивать кризисные явления, а также планировать антикризисные мероприятия, в первую очередь в прикладном контексте — с целью получения практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

Важной задачей обучения является развитие навыков творческого мышления, умения прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов, решения конкретных задач с помощью современных технологий антикризисного PR.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Связи с общественностью в кризисных ситуациях» относится к базовой части Блока 1«Дисциплины (модули)» учебного плана.

Данный курс связан с такими дисциплинами, как «Консалтинг в связях с общественностью», «Основы менеджмента» и «Современная пресс-служба».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общекультурных/профессиональных компетенций (ОК/ПК):

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ОК-9**	Готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	**Знать** особенности основных методов защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	**Уметь** использовать основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	**Владеть** основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий
2.	**ОПК-6**	Способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе	**Знать** специфику стандартных задач профессиональной деятельности с применением информационно-	**Уметь** решать стандартные задачи профессиональной деятельности с применением	**Владеть** методами решения стандартных задач профессиональной деятельности с применением

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности

Структура и содержание дисциплины.

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ЗФО)*.

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛЗ	СРС
1	2	3	4	5	6	7
	Тема 1 Кризис репутации и кризис доверия: определения, причины, последствия	12	2			10
	Тема 2 Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки	12	2			10
	Тема 3 Кризисный PR: понятия, содержание, принципы	14		2		12
	Тема 4 Черный PR: основные формы, методы и инструменты	14	2	2		10
	Тема 5 Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика *Итоговое занятие*	19,8			4	12
	Итого по дисциплине:		6	4	4	54

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
2. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 408 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56229

Автор (ы) РПД канд.филол. наук, доц. Немец Г.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.13.07
«Современная пресс-служба»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72часа, из них – 10,2 контактных часов: лекционных 4 ч., практических 6 ч.; 58 часов самостоятельной работы; 0,2 ИКР).*

Цель дисциплины: формирование системных знаний в области системы функционирования современных пресс-служб и создание целостного представления о месте и роли современных пресс-служб как в структуре организаций экономической, культурной сферы, так и органов государственной власти.

Задачи дисциплины: Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: сформулировать основные характеристики современных пресс-служб, их типичную организационную структуру; изучить особенности становления PR в России; определить основные функции и инструменты в работе пресс-служб; выявить ключевые формы и методы работы пресс-службы со СМИ.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:

Дисциплина Б1.Б.13.07 «Современная пресс-служба» входит в «Профессиональный цикл» ФГОС по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Требования к входным знаниям, умениям и компетенциям студента формируются на основе дисциплин «Современные теории массовой коммуникации», «Технологии создания ПР-текстов», «Теория и практика связей с общественностью».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	ОПК-2	Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	Знать основополагающие документы, регламентирующие деятельность пресс-службы; основные профессиональные термины и определения; важнейшие социальные роли пресс-секретаря; профессиональные качества, необходимые для индивидуальной творческой работы.	Уметь строить свою творческую работу на основе полученных общетеоретических знаний и приобретенных практических навыков. В профессиональной деятельности опираться на полученные общетеоретические знания концептуального характера	Владеть особенностями функционирования современного информационного общества; задачами, проблемами, подходами при исполнении обязанностей, основными принципам PR-деятельности
2	ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.	Знать основные аспекты теории коммуникации и уметь выстраивать концепции организации информационных единиц в структуре организации.	Уметь реализовывать программы, основанные на компонентах теории коммуникации, специфику пресс-службы, ее функции и принципы, особенности	Владеть ключевыми положениями профессиональной деятельности, важнейшими социальными ролями,

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
				приемов и подходов при выполнении возложенных задач.	которым должен соответствовать PR-специалист; комплексом практических профессиональных качеств.
3	ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать основные элементы планирования и подготовки информационных компаний.	Уметь получать обратную связь и корректировать программы действий на ее основе.	Теоретическими и практическими навыками проведения мероприятий для СМИ.

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
5.	История формирования института пресс-служб. Информационно-коммуникативная основа концепции современной пресс-службы.	12	2			10
6.	Пресс-служба в структуре PR.	12	2			10
7.	Место пресс-службы в структурах экономической и государственной сферы России.	12		2		10
8.	Функции пресс-службы.	12		2		10
9.	Формы работы современной пресс-службы	12		2		10
10.	Пресс-секретарь: должностные обязанности, основные функции. Итоговое занятие	8				8
	Итого по дисциплине:		4	6		58

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Сальникова, Л. С. Деловая репутация: как создать и укрепить [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. С. Сальникова. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. - 271 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=435631.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
3. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Автор РПД: канд. фил. наук, доц., доц. Бельтюков А.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.14.01
«Основы маркетинга»

Объем трудоемкости (ЗФО): 5 *зачётных единиц (180 часов, 18,0 контактных часа, лекционных – 10 ч., практических – 8 ч.;149 часов самостоятельной работы, контроль- 12,5 часов, 0,5 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины:

- формирование теоретических знаний в функциональных областях маркетинга;
- развитие практических навыков, связанных с эффективным использованием маркетинговых инструментов в рекламной и ПР-деятельности;
- расширение представления студентов о проблемах использования новых подходов к достижению более высокого уровня результатов в маркетинговой деятельности.

Задачи дисциплины:

- формулирование у студентов понятийного аппарата, составляющего конструкцию маркетинговой деятельности на рынке;
- предоставление студентам современной теории маркетинга и направлений ее практического использования в сфере рекламы и ПР;
- изучение основного инструментария маркетинга и овладение навыками его использования в сфере рекламы и ПР;
- получение навыков в разработке и реализации мероприятий на основе данных о состоянии внешней и внутренней среды рекламной и ПР-компании;
- развитие способностей идентификации проблем управления и поиска путей эффективного их решения с помощью маркетингового инструментарии;
- изучение опыта компаний, действующих на принципах маркетинга, и интеграция маркетинговых принципов в свою профессиональную деятельность.
- создание предпосылок для развития, заложенного в каждом студенте интеллектуального потенциала, способствующего профессиональному и личностному росту.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Основы маркетинга» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Базовая (общепрофессиональная) часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Основы маркетинга логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения ООП, дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых дисциплин ООП, позволяет студенту получить углубленные знания и навыки успешной профессиональной деятельности и для продолжения профессионального образования в магистратуре.

Дисциплина «Основы маркетинга» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Для освоения дисциплины «Основы маркетинга» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения дисциплины «Экономика», «Основы менеджмента». Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении таких дисциплин как «Инновационные технологии в рекламе и ПР», «Основы репутационного имиджа», «Брендинг территории», «Политический маркетинг в СМИ», «Организация и проведение избирательной кампании» и т.д.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы менеджмента» направлен на формирование следующих компетенций:

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

№ п.п.	Компетенция	Компонентный состав компетенций		
		знать	**уметь**	**владеть**
1	ОК3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельност	Содержание и функции маркетинга и особенности их применения в конкретных рыночных условиях;	Выявлять основные рыночные проблемы и разрабатывать маркетинговые программы;	Навыками работы с представителями и персоналом различных отделов и служб предприятий-партнеров и конкурентов

№ п.п.	Компетенция	Компонентный состав компетенций		
		знать	**уметь**	**владеть**
	и			
2.	ПК9 способностью проводить маркетинговые исследования	Основы теории и методологии проведения маркетинговых исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности; Роль маркетинговых исследований в формировании на предприятии концепции маркетингового управления на основе новых организационных знаний, создаваемых на базе получаемой в ходе исследований новой маркетинговой информации	Самостоятельно использовать методы сбора вторичных и первичных данных (т.е. проведению кабинетных и полевых исследований), оформлять и обобщать собранные данные, их анализировать и формулировать на этой основе новые знания о складывающихся на рынках ситуациях;	Практическими навыками проведения комплексных маркетинговых исследований, создания систем обеспечения предприятия новой маркетинговой информацией и новыми организационными знаниями на регулярной (непрерывной) основе; Первичными навыками разработки и обоснования
3.	ПК-11 способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Методику разработки анкет при проведении маркетинговых исследований; Знать формы, методы и способы наблюдений и экспериментов, знать аспекты количественных методов опроса; Знать современные процессы при анализе конкуренции на рынках	Применять методы и приемы изучения внешней и внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия	Способами мотивации по стимулированию сотрудников на повышение заинтересованности в результатах своего труда;
4.	ПК-15 владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать современные процессы в подходах к сегментированию потребительского рынка; Знать ориентацию основных принципов международного маркетинга; Знать способы и методы воздействия на рынок и потребительский спрос доступными средствами маркетолога; Знать методологию проведения экспертных и других оценок; Знать правовое регулирование маркетинговой деятельности.	Анализировать приемы и методы сбора информации; Изучать рынки маркетинговых исследований и современные процессы, происходящие в них; Уметь анализировать и прогнозировать происходящие всплески деловой и покупательской активности на потребительских рынках; Регулировать в правовом отношении нестандартные ситуации в маркетинговой деятельности; Побуждать к совершению покупок.	Владеть подходами и навыками на производственных и потребительских рынках; Приемами и подходами в работе выставок, ярмарок, и других эффективных средств формирования маркетинговых коммуникаций; Законодательством и правами потребителя в регулировании маркетинговой деятельности субъектов и вопросов возникающих в рыночных отношениях.

2. Структура и содержание дисциплины.

2.1 Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зач. ед. (180 часов), их распределение по видам работ представлено в таблице *(для студентов ЗФО).*

№	Наименование разделов (тем)	ВСЕГО	Количество часов			
			Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Маркетинг: сущность и история становления. Современное содержание маркетинга	20	1	1		18
2	Маркетинговая среда и её структура. Маркетинговая деятельность фирмы.	20	1	1		18
3	Сегментирование и выбор целевых рынков	20	1	1		18
4	Маркетинговые исследования	21	1	1		19
5	Поведение потребителя.	21	1	1		19
6	Товар в системе маркетинга	21	1	1		19
7	Товарная политика Разработка нового товара	21	2	1		19
8	Установление цен на товары: задачи и подходы к политике ценообразования. Методы расчета и адаптации и цен в маркетинге.	22	2	1		19
	Итого		**10**	**8**		**149**

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет/ экзамен

Основная литература:

1. Голубков, Е. П. **Маркетинг** для профессионалов: практический курс [Электронный ресурс] : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. - М. : Юрайт, 2017. - 474 с. - https://biblio-online.ru/book/EEAFDA8F-8DEE-4A8B-9034-9112900EC1B4.
2. Карпова, С. В. **Маркетинг**: теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для бакалавров / Карпова С. В. - М. : Юрайт, 2017. - 408 с. - https://biblio-online.ru/book/7BFFFE8C-2720-4138-A588-21E1A3065865.
3. Пономарева, А. М. Коммуникационный **маркетинг**: креативные средства и инструменты [Электронный ресурс] : учебное пособие / Пономарева А.М. - М. : РИОР : ИНФРА-М, 2016. - 247 с. - http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=543676.

Автор РПД: канд.экон.наук, доцент Недыхалов Л.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.14.02
«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»

Объем трудоемкости (ЗФО): 3 *зачётных единицы (108 часов, 14 контактных часа, лекционных – 6 ч., практических - 4 ч.; лабораторных - 4 ч; ИКР 0.3 ч.; самостоятельной работы 85 ч., контроль 8,7 ч.).*

Целями дисциплины:

Целью учебной дисциплины Б1.Б.14.02 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является предоставление студентам исчерпывающих знаний по основам теории и методологии проведения маркетинговых исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности; обучение студентов применению методов сбора вторичных и первичных данных (т.е. проведению кабинетных и полевых исследований), оформлению и обобщению собранных данных, их анализу и формулированию на этой основе новых знаний о складывающихся на рынках ситуациях; обучение студентов методам разработки и обоснования управленческих решений на основе результатов маркетинговых исследований и анализа ситуаций.

1.2 Задачи дисциплины:

- обеспечить понимание студентами роли маркетинговых исследований в формировании на предприятии концепции маркетингового управления на основе новых организационных знаний, создаваемых на базе получаемой в ходе исследований новой маркетинговой информации;
- сформировать у студентов маркетинговый подход к проблемам изучения внешней среды предприятия;
- научить студентов методам и приемам изучения внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия;
- привить студентам практические навыки в области создания новых организационных знаний на основе информации, получаемой в ходе маркетинговых исследований;
- научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых исследований, созданию систем обеспечения предприятия новой маркетинговой информацией и новыми организационными знаниями на регулярной (непрерывной) основе;
- обучить студентов методам и технике разработки и обоснования стратегических и тактических (оперативных) управленческих решений в сфере маркетинга с использованием новой информации и новых организационных знаний, получаемых в ходе маркетинговых исследований.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.Б.14.02 «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» относится к базовой части профессионального цикла дисциплин. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «реклама и связи с общественностью». При ее освоении используется знания следующих дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Основы маркетинга», «Основы менеджмента», «Экономика», «Региональная экономика».

Знания, полученные при изучении дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» используются в дальнейшем при изучении специальных дисциплин в вариативной части и написания ВКР.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю),соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» направлен на формирование следующих компетенций:
- Способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК 3)
- Способность проводить маркетинговые исследования (ПК 9)
- Способность владеть написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК 11)

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направленно на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК)

п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
.	ОК3	Способностью использовать основы	Теоретические основы предпринимательской	Применять экономическую терминологию и	навыками самостоятельного выполнения

п. п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;	деятельности;	основные экономические категории в области предпринимательской деятельности;	экономических расчетов при организации и ведении бизнеса в сфере рекламы и ПР
.	ПК9	Способностью проводить маркетинговые исследования;	Основы теории и методологии проведения маркетинговых исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности; Роль маркетинговых исследований в формировании на предприятии концепции маркетингового управления на основе новых организационных знаний, создаваемых на базе получаемой в ходе исследований новой маркетинговой информации;	Самостоятельно использовать методы сбора вторичных и первичных данных (т.е. проведению кабинетных и полевых исследований оформлять и обобщать собранные данные, их анализировать и формулировать на этой основе новые знания о складывающихся на рынках ситуациях; методы и приемы изучения внешней и внутренней среды предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей конкурентоспособности предприятия;	Практическими навыками проведения комплексных маркетинговых исследований, создания систем обеспечения предприятия новой маркетинговой информацией и новыми организационными знаниями на регулярной (непрерывной) основе; первичным и навыками разработки и обоснования
	ПК 11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Правила составления, оформления, обработки и подготовки документной информации,возникающей в процессе профессиональной деятельности;	Под контролем эффективно пользоваться формами корреспонденции и делопроизводства, создания и редактирова ния документов	способностью собирать и систематизировать научно практическую информацию;

Разделы дисциплины (темы), изучаемые в 6-м семестре *(заочная форма)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основные понятия маркетинговых исследований	7	1			6
2.	Виды маркетингового исследования и процесс его проведения	8	1		1	6
3.	Информация в маркетинговых исследованиях	6	1			5
4.	Организация маркетинговых исследований на предприятии	7		1		6
5.	Качественные методы сбора информации	7			1	6
6.	Разработка анкет при проведении маркетинговых исследований	7			1	6
7.	Количественные методы опроса	7		1		6
8.	Наблюдение и эксперимент	6				6
9.	Методы анализа маркетинговой информации	8	1	1		6
10.	Ситуационный анализ	6	1			5
11.	Оценка емкости рынка	8	1	1		6
12.	Анализ конкуренции на рынке	6				6
13.	Сегментирование потребительского рынка	5				5
14.	Экспертные оценки	5				5
15.	Маркетинговые исследования в интернете	6			1	5
	Итого по дисциплине:		**6**	**4**	**4**	**85**

Курсовые работы не предусмотрены
Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Иган Джон. **Маркетинг** взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Электронный ресурс] : учебник / Иган Джон ; пер. Е. Э. Лалаян. - 2-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 375 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=114710.
2. Синяева, И. М. **Маркетинг** услуг [Электронный ресурс] : учебник / И. М. Синяева, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Дашков и К°, 2017. - 252 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454142.

Автор РПД: канд. экон.наук, доцент Недыхалов Л.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.14.03
«Основы медиапланирования»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, 24,2 контактных часов, лекционных 8 ч., практических 8 ч., лабораторных 8 ч.; 44 часа самостоятельной работы; 3,8 ч. контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины - дать студентам целостное представление о системе медипланирования в маркетинге, сформировать у студентов четкое представление об планировании во всех направлениях медиа, как области знаний и сфере деятельности.

Задачи дисциплины.

Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: ознакомить студентов с теоретическими основами медиапланирования; научить алгоритму создания эффективной рекламной кампании, грамотно используя инструменты медиапланирования, что позволит выбирать оптимальные программы размещения рекламного материала, используя параметры коммуникативной эффективности плана рекламной кампании и учитывая возможности оптимизации бюджета.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы медиапланирования» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Для изучения данного курса необходимы знания, получаемые последовательно в ходе изучения дисциплин общегуманитарного цикла: «Социология», «Психология», базового общепрофессионального цикла: «Моделирование и технологии разработки продукта в рекламе и связях с общественностью», «Психология массовых коммуникаций» и вариативной его части: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика рекламы», «Основы бренд-менеджмента».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы медиапланирования» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ПК):

- умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (**ОПК-4**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных* компетенций (*ОПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК-4**	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	*знать* основные теоретические подходы к коммуникации как социальному явлению, структуру; - функции и важнейшие характеристики коммуникативного процесса; - виды, средства, формы и методы коммуникации в рыночной среде. историю отечественного и зарубежного рынка BTL -коммуникаций; современное состояние рекламной индустрии в России и за рубежом, модели развития и функционирования отечественных рынков рекламы;	*уметь* вычленять из комплексного коммуникативного процесса отдельные коммуникативные акты, анализировать их по всем возможным критериям типологизации ; - собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований в области рекламы и связей с общественностью . использовать приемы и средства создания рекламного продукта с использованием инноваций;	*владеть* практического осуществления всех стадий коммуникативного процесса, передачи и принятия информации в процессе осуществления различных коммуникаций, поддержания её процесса; -формирование навыков общения в горизонтальных и вертикальных структурах;

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
102.	Определение понятия «медиапланирование», его цели и задачи. Основные носители рекламы и их характеристики	8	1	1	1	5
103.	Профессиограмма медиапланера	8	1	1	1	5
104.	Основные этапы медиаланирования	8	1	1	1	5
105.	Основные количественные характеристики медиаплана: расчет показателей и их применение в рекламной практике	8	1	1	1	5

106.	Программное обеспечения медиапланирования	8	1	1	1	5
107.	Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Пресса - ТВ - Радио	8	1	1	1	5
108.	Характеристики и особенности основных каналов размещения: - Internet - Наружная реклама	8	1	1	1	5
109.	Эффективность проведенной рекламной кампании в медиапланировании	8	1	1	1	5
110.	Вид промежуточной аттестации (зачет)	4	-	-	-	4
	Итого по дисциплине:	72	8	8	8	44

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.,
преподаватель Е.В. Тарасенко

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.15
«Безопасность жизнедеятельности»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, контактные часы 6,2 ч., из них – 6 ч лекции.; 0,2 ч. ИКР; 62 часа самостоятельной работы, 3,8 ч. контроль)*

Цель дисциплины:

Основной целью образования по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» является формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Задачи дисциплины:

Основными обобщенными задачами дисциплины являются:

• **приобретение** понимания проблем устойчивого развития, обеспечения безопасности жизнедеятельности и снижения рисков, связанных с деятельностью человека;

• **овладение** приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижение антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества;

• **формирование:**

- культуры безопасности, экологического сознания и риск-ориентированного мышления, при котором вопросы безопасности и сохранения окружающей среды рассматриваются в качестве важнейших приоритетов жизнедеятельности человека;
- культуры профессиональной безопасности, способностей идентификации опасности и оценивания рисков в сфере своей профессиональной деятельности;
- готовности применения профессиональных знаний для минимизации негативных экологических последствий, обеспечения безопасности и улучшения условий труда в сфере своей профессиональной деятельности;
- мотивации и способностей для самостоятельного повышения уровня культуры безопасности;
- способностей к оценке вклада своей предметной области в решение экологических проблем и проблем безопасности;
- способностей для аргументированного обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.Б.15 «Безопасность жизнедеятельности» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины» (модули)» учебного плана направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Данный курс опирается на знания, полученные при изучении предметов «Математика», «Физика», «Химия», «Основы безопасности жизнедеятельности» в рамках принятых стандартов средней школы.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-9

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-9	готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	- современное состояние и основные негативные факторы среды обитания; - основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду; - методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности; - мероприятия по защите населения и персонала в чрезвычайных ситуациях, включая военные условия, и основные способы ликвидации их последствий; - базовые законодательные и нормативные правовые основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; - основные методы управления безопасностью жизнедеятельности.	- идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации; - выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности.	- базовым понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности; - законодательными и правовыми основами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; - способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях; - навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды.

Основные разделы дисциплины:

№ п/п	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Введение в безопасность. Основные понятия и определения.	6,5	0,5	-	-	6
2.	Идентификация и воздействие на человека вредных и опасных факторов среды обитания	12	1	-	-	11
3.	Защита человека и среды обитания от вредных и опасных факторов природного, антропогенного и техногенного происхождения	15,5	1,5	-	-	14
4.	Психофизиологические и эргономические основы безопасности	7	1	-	-	6
5.	Чрезвычайные ситуации и методы защиты в условиях их реализации	15	1	-	-	14
6.	Управление безопасностью жизнедеятельности.	12	1	-	-	11
	Итого по дисциплине:	72(+0,2 ИКР)	6	-	-	62(+3,8 контроль)

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. **Безопасность жизнедеятельности** [Электронный ресурс] : учебник / Н. Г. Занько, К. Р. Малаян, О. Н. Русак. - СПб. : Лань, 2017. - 704 с. - https://e.lanbook.com/book/92617.
2. **Безопасность жизнедеятельности** [Электронный ресурс] : учебное пособие / под ред. Л. А. Муравей. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 431 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119542

Автор РПД Воронова В.В.
Ф.И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.Б.16
«Физическая культура и спорт»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, 10,2 контактные часы: из них – 10 ч. лекции,, 0,2 ч. ИКР; 58 часов самостоятельной работы, контроль 3,8 ч.)*

Цель освоения дисциплины

Достижение и поддержание должного уровня физической подготовленности для полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины

- формирование умения рационально использовать средства и методы физической культуры и спорта для поддержания должного уровня физической подготовленности;
- целенаправленное развитие физических качеств и двигательных способностей, необходимых для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- формирование и совершенствование профессионально-прикладных двигательных умений и навыков;
- повышение функциональной устойчивости организма к неблагоприятному воздействию факторов внешней среды и специфических условий трудовой деятельности;
- формирование способности организовать свою жизнь в соответствии с социально значимыми представлениями о здоровом образе жизни.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной дисциплины направлен на формирование следующих общекультурных компетенций: ОК-8.

№ п/п	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-8	способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профес-сиональной деятельности	научно -практические основы физической культуры и спорта, профессионально – прикладной физической подготовки, которые обеспечивают психофизическую готовность к будущей профессии.	целенаправленно использовать средства, методы физического культуры и спорта для повышения и поддержания уровня физической подготовленности, профессионально - личностного развития и здоровой жизнедеятельности	прикладными умениями и двигательными навыками для их самостоятельного использования в режиме труда и отдыха.

Основные разделы дисциплины

В 10 семестре

№ п/п	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	КСР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Баскетбол	12	1			11
2.	Волейбол	12	1			11
3.	Бадминтон	12	2			10
4.	Общая физическая и профессионально-прикладная подготовка	12	2			10
5.	Футбол	12	2			10
6.	Легкая атлетика	12	2			10
	Итого по дисциплине:	72(+0,2 ИКР)	10			58(3,8 контроль)

Курсовые работы: не предусмотрены.

Форма проведения аттестации по дисциплине «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»: *зачет.*.

Основная литература:

1. Бегидова, Т. П. Основы адаптивной физической культуры: учебное пособие для вузов [Электронный ресурс] / Т. П. Бегидова. 2-е изд., испр. и доп. М.: Издательство Юрайт, 2017. 188 с. (Серия: Университеты России). ISBN 978-5-534-04932-9. Режим доступа: https://biblio-online.ru/viewer/2B7A64A5-0F1A-4365-8987-4E59F8984293#page/1.

2. Евсеев, С.П. Теория и организация адаптивной физической культуры: учебник / С.П. Евсеев. – М.: Спорт, 2016. - 616 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-906839-42-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454238.

3. Третьякова, Н.В. Теория и методика оздоровительной физической культуры : учебное пособие / Н.В. Третьякова, Т.В. Андрюхина, Е.В. Кетриш. - М: Спорт, 2016. - 281 с: ил. - Библиогр.: с. 241-246. - ISBN 978-5-906839-23-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=461372.

4. Иванков, Ч. Технология физического воспитания в высших учебных заведениях: учебное пособие для студентов вузов / Ч. Иванков, С.А. Литвинов. – М.: Гуманитарный издательский центр ВЛАДОС, 2015. - 304 с.: ил. - ISBN 978-5-691-02197-8; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429625.

Авторы: Доцент Алферова И.А., Ст. преподаватель Харьковская Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.01
«Основы имиджелогии»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 10,2 контактных часов: лекционных 4 ч., практических 6 ч.; 58 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль, ИКР 0,2 ч.)*

Цель дисциплины:

Основной целью преподавания курса «Основы имиджелогии» является формирование у студентов теоретических знаний об имиджелогии, навыков управления персональным, политическим и корпоративным имиджем в различных областях общественно-экономической деятельности.

Задачи дисциплины

Достижение поставленной цели обеспечивается путем решения следующих задач:

- изучается история имиджелогии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявляется роль имиджелогии в современном обществе;
- рассматриваются основные концепции имиджелогии, содержащие базовые понятия;
- изучается структура имиджа, его составляющие;
- изучаются современные типологии имиджа;
- Рассматриваются функции и значения имиджа;
- изучается инструментарий имиджелогии и методики его использования;
- раскрываются имиджевые стратегии;
- рассматриваются контексты имиджеологии;
- описываются теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- формируются навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджелогии;
- формируются навыки создания и управления политическим и корпоративным имиджем.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина входит в раздел **Б1.В.01** «Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС по направлению подготовки ВПО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (баклавриат).

Курс «Основы имиджелогии» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Технологии в рекламе связях с общественностью». Не дублируя теоретические положения предыдущих курсов, изучение направлено на определение задач размещения рекламы, повышение эффективности управления потоками рекламной информации.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Основы имиджелогии» направлен на формирование следующих компетенций:

– способность к самоорганизации и самообразованию ***(ОК-7);***

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ***(ПК-6)***.

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ОК 7**	способностью к самоорганизации и самообразованию	***знать*** многообразие процессов управления в современных организациях	***уметь*** ориентироваться в соотношении административных, правовых и экономических методов управления хозяйственной и коммуникационной деятельностью; применять правовое содержание процедур управления организацией и коммуникационной деятельностью;	***владеть*** навыками планирования и контроля организационных процессов
2.	**ПК 6**	способностью участвовать в создании	***знать*** специфику участия в создании	***уметь*** генерировать внедрять процессы	***владеть*** навыками обеспечения

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
		эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	эффективной коммуникационной инфраструктуры организации	внутренней и внешней коммуникативной среды	внутренней и внешней коммуникации, участия в создании коммуникативной инфраструктуры

Основные разделы дисциплины:
Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
111.	Введение в имиджелогию	12	1	1	-	10
112.	Основы имиджелогии	12	1	1	-	10
113.	Инструментарий имиджелогии	12	1	1	-	10
114.	Методики использования инструментария имиджелогии	12	1	1	-	10
115.	Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании	11	-	1	-	10
116.	Манипуляции с имиджем. *Итоговое занятие*	9	-	1	-	8
	Итого по дисциплине:		4	6	-	58

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267.

Автор РПД: канд.филол. наук, доц. Немец Г.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.02
«Предпринимательство в сфере рекламы и ПР»

Объем трудоемкости (ЗФО): *2 зачётных единицы (72 часа, из них - 8,2 контактных часа, лекционных – 4 ч., практических – 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы, 0,2 ч. ИКР, 3,8 ч. контроль)*.

Цели дисциплины:

1. приобретение студентами необходимой квалификации для организации предпринимательской деятельности в сфере рекламы и ПР;
2. овладение приемами и методами принятия оптимальных решений для организации и ведения собственного бизнеса в сфере рекламы и ПР.

Задачи дисциплины:

1. дать студентам знания об основных принципах и методах развития предпринимательской деятельности в сфере рекламы и ПР;
2. познакомить с подходами и методами организации и создания собственного предприятия в сфере рекламы и ПР;
3. научить анализировать информацию и обосновывать принимаемые действия, разрабатывать новые предложения эффективного развития предпринимательских предприятий сфере рекламы и ПР;
4. познакомить с приемами и методами работы с партнерами (клиентами, сотрудниками);
5. научить студентов методам анализа внешней и внутренней сферы предприятия, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, сильных и слабых сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности предприятия;
6. научить проводить анализ ликвидности и кредитоспособности предприятия, диагностику банкротства.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Предпринимательство в сфере рекламы и ПР» части относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения ООП, дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых дисциплин ООП, позволяет студенту получить углубленные знания и навыки успешной

профессиональной деятельности и для продолжения профессионального образования в магистратуре.

Дисциплина «Предпринимательство в сфере рекламы и ПР» позволяет эффективно формировать общекультурные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Для освоения дисциплины «Предпринимательство в сфере рекламы и ПР» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения дисциплины «Экономика», «Основы бухгалтерского учета и аудита в профессиональной сфере», «Основы менеджмента», «Искусство бизнес-презентации», «Переговорный процесс».

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

/п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
.	ПК-2	Владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Основы планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия в сфере рекламы и ПР в зависимости от изменения конъюнктуры рынка и спроса потребителей, в том числе с учетом социальной политики государства	Планировать производственно-хозяйственную деятельность предприятия в сфере рекламы и ПР с учетом социальной политики государства	Приемами планирования производственно-хозяйственной деятельности предприятия в сфере рекламы и ПР с учетом социальной политики государства

.	ПК-3	Владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Структуру и принципы организации предпринимательских структур в сфере рекламы и связей с общественностью	Разрабатывать стратегические планы работы предпринимательских структур в сфере рекламы и связей с общественностью и оценивать результаты деятельности	Навыками организационно-управленческой работы предпринимательских структур
.	ПК-4	Владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Нормативные акты, утвердившие формы организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур в сфере рекламы и связей с общественностью	Разработать проекты организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур	Навыками использования организационных и распорядительных документов, необходимых для создания новых предпринимательских структур

Основные разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре (для студентов ЗФО)

/п	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		сего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
				З	Р	СРС
	2					7
	Теоретические основы предпринимательства					8
	Организационные основы предпринимательской деятельности					8
	Ресурсное обеспечение предпринимательской деятельности Бизнес-планирование предпринимательской					8
	деятельности в сфере рекламы и ПР					8
	Предпринимательские риски предприятия в сфере рекламы и ПР					7
	Инновационное предпринимательство в сфере рекламы и ПР: особенности, состояние, перспективы развития					7
	Стратегия развития фирмы в сфере рекламы и ПР в предпринимательской среде					7
	Малое и среднее предпринимательство					7
	Всего					**60**

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Ларионов, Г.В. Интегрированный товар в инновационно-креативном предпринимательстве: монография [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 176 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/70530
2. Парамонова, Т. Н. **Маркетинг** торгового предприятия [Электронный ресурс] : учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой. - М. : Дашков и К°, 2016. - 283 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453293.
3. Пчелина, О. В. **Предпринимательство**, управление проектами и реклама в социальной сфере [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. В. Пчелина, А. Ю. Тарбушкин. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2016. - 92 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=461622&sr=1.

Автор РПД: канд.экон.наук, доцент Недыхалов Л.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.03
«Брендинг территории»

Объем трудоемкости: *2 зачетных единицы (72 часа, из них – 16,2 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 4 ч, лабораторных 8 ч.; 52 часа самостоятельной работы, 0,4 часа ИКР, 3,8 часа зачет).*

Цель освоения дисциплины – получение знаний в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе.

Задачи дисциплины:

- раскрытие основных понятий брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
- понимание предпосылок возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов;
- формирование представления об условиях возникновения бренда города;
- изучение технологии позиционирования города;
- овладение навыками разработки территориальных брендов;
- развитие интеллектуальных способностей и способностей к логическому и творческому мышлению.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Брендинг территории» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина «Брендинг территории» относится к дисциплинам по выбору. Для полного усвоения данной дисциплины студенты должны знать следующие дисциплины: «Маркетинговые стратегии территорий» или «Стратегическое управление» «Территориальное планирование хозяйства», «Методы и модели управления».

Знания по дисциплине «Брендинг территории» необходимы студентам данного направления для усвоения знаний по следующим дисциплинам: «Конкурентоспособность территории», «Социальное проектирование».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных х/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	*ОПК4*	умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	сущность и технологии разработки социально-экономических проектов (программ развития), оценки экономических, социальных, политических условий и последствий реализации государственных (муниципальных) программ	разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политические условия и последствия реализации государствен-ных (муниципальных) программ	способностью разрабатывать социально-экономические проекты (программы развития), оценивать экономические, социальные, политическиеусловия и последствия реализации государственных (муниципальных) программ
2.	*ОПК5*	умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	параметры качества управленческих решений и осуществления	определять параметры качества управленческих решений и осуществления	навыками определения параметров качества управленческих

			административных процессов	административных процессов, выявлять отклонения и принимать корректирующие меры	решений и осуществления административных процессов, выявления отклонения и принятия корректирующих мер
3.	*ПК5*	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	методы оценки соотношения планируемого результата и затрачиваемыхресурсов	оценивать соотношение планируемого результата и затрачиваемых ресурсов	навыками оценки соотношения планируемого результата и затрачиваемых ресурсов
4.	*ПК10*	способностью организовывать и проводить социологические исследования	методы проведения социсследований	оценивать планируемый результат	навыками оценки планируемого результата

Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
117.	Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий.	3	1			2
118.	История возникновения брендинга территорий.	3	1			2
119.	Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий.	5	1			4
120.	Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города.	5	1			4
121.	Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда.	5			1	4
122.	Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде.	5			1	4
123.	Инновационные инструменты развития бренда города.	5			1	4
124.	Брендинг территорий как фактор роста депрессивных регионов. *Итоговое занятие*	5			1	4
	Итого по дисциплине:		4		4	28

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 9 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Глобальные предпосылки возникновения брендинга территорий.	4			1	3

2.	История возникновения брендинга территорий.	4			1	3
3.	Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий.	4			1	3
4.	Бренд города: понятие, структура и условия возникновения бренда города.	4			1	3
5.	Технология позиционирования города: поиск городской идентичности и разработка концепции бренда.	4		1		3
6.	Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде.	4		1		3
7.	Инновационные инструменты развития бренда города.	4		1		3
8.	Брендинг территорий как путь к фактор роста депрессивных регионов. *Итоговое занятие*	4		1		3
	Итого по дисциплине:			4	4	24

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Годин, А.М. Брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 184 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56182
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О., преподаватель Е.В. Тарасенко

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.04
«Политический маркетинг в СМИ»

Объем трудоемкости (ЗФО): 5 *зачётных единицы (180 часов, из них – 28,5 контактных часов: лекционных – 12 ч., практических – 16 ч.; 139 ч. самостоятельной работы; ИКР 0.5 ч.; 12,5 часов контроль).*

Цели освоения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является дать студентам общее взаимосвязанное представление об основных направлениях политического маркетинга в масс-медиа, выявление имеющихся проблем в государственном информационном менеджменте. Формирование систематизированных знаний по теории и практике применения маркетингового инструментария в СМИ в государственной и политической практике.

Задачи дисциплины:

- углубление и систематизация понимания ключевых терминов и понятий, используемых в сфере маркетинговых коммуникаций в СМИ с целью обеспечения государственных и политических интересов.
- формирование понимания комплексности функционирования информационно-политического массмедийного пространства.
- изучение основных законов взаимодействия власти, общества и сферы масс-медиа.
- формирование устойчивой способности к деконструкции любого коммуникационного явления (акта) и оценки влияния на него конкретного контекста.
- систематизация ранее полученных практических знаний в сфере государственных и политических маркетинговых коммуникаций в СМИ.
- получение понимания теоретических основ функционирования каналов маркетинговых коммуникаций в современном политике.
- формирование диалектического понимания взаимодействия и взаимовлияния различных каналов информации и носителей информации.
- формирование способности к теоретическому осмыслению эмпирического опыта использования маркетинговых коммуникаций с целью обеспечения государственных и политических интересов посредством СМИ.

Место дисциплины (модуля)в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.04 «Политический маркетинг в СМИ» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана по направлению подготовки 42.03.01 – «реклама и связи с общественностью».

Данный курс базируется на междисциплинарном подходе: на синтезе методологических и теоретико-прикладных методов, основанных на единстве классической, неклассической, постнеклассической парадигм научного исследования и ориентирована на студентов, обучающихся по специальности «Журналистика», «Реклама и связи с общественностью».

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения ООП, дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых дисциплин ООП, позволяет студенту получить углубленные знания и навыки успешной профессиональной деятельности и для продолжения профессионального образования в магистратуре.

Дисциплина «Политический маркетинг в СМИ» позволяет эффективно формировать общепрофессиональные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Для освоения дисциплины «Политический маркетинг в СМИ» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения дисциплин: «Экономика», «Основы менеджмента», «Социальная психология», «Теория и практика массовой информации», «Политология», «Политическая философия», «Право», «Информационная политика», «Политический дискурс», «Социология», и др.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- Владение навыками подготовки проектной документации (бизнес-план, договор, контракт и т. д.) **(ПК-4)**
- Способность проводить маркетинговые исследования **(ПК –9)**
- Владение навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве **(ПК 15)**

Изучение данной учебной дисциплины направленно на формирование у обучающихся профессиональных компетенций (ПК)

п.п.	Индекс компетенции	Содержание Компете	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны

		нции (или ее части)			
			Знать	**Уметь**	**Владеть**
	ПК 4	Владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	*Знает* нормативные акты, утвердившие формы организационных и распорядительных документов, необходимых для работы предпринимательских структур в сфере рекламы и связей общественностью;	*Умеет* разработать проекты организационных и распорядительных документов; *Умеет* рефлексировать относительно уровня эффективности достижения поставленных целей и задач;	*Владеет* навыками анализа и оценки эффективности профессиональной работы; *владеет* навыками разработки маркетинговой части бизнес-плана; подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
	ПК 9	Способностью проводить маркетинговые исследования	*Знает* основы теории и методологии проведения маркетинговых исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности; Знает роль маркетинговых исследований в формировании на предприятии концепции маркетингового управления на основе новых организационных знаний, создаваемых на базе получаемой в ходе исследований новой маркетинговой информации ;	*Умеет* самостоятельно использовать методы сбора вторичных и первичных данных: проведение маркетинговых кабинетных и полевых исследований политического рынка, организация опросов потребителей с целью определение их лояльности к организации, с целью определение конкурентоспособности партии, организации и т.д ;Умеет оформлять и обобщать собранные данные, их анализировать и формулировать на этой основе новые знания о складывающихся на рынках ситуациях; Умеет самостоятельно использовать методы приемы изучения и оценки внешней и внутренней среды предприятия, организации, партии, определение слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных	*Владеет* практическими навыками проведения комплексных маркетинговых исследований, создания систем обеспечения предприятия новой маркетинговой информацией и новыми организационными знаниями на регулярной (непрерывной) основе; первичными навыками разработки и обоснования

				возможностей, конкурентоспособности организации;	
	ПК 15	Владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	*Знает* задачи, цели и общие требования к рекламе; виды рекламной деятельности; структуру рекламного рынка; специфику политической рекламы; типы и методы маркетинговых исследований в рекламе; *знает* PR-инструменты и технологии политической рекламы, принципы планирования PR-кампаний ;	*Умеет* проводить исследования предпочтений целевых групп потребителей; анализировать результаты исследований предпочтений целевых групп; проводить сегментирование политического рынка; принимать решения, направленные на продвижение политического рекламного продукта;	*Владеет* практическими навыками разработки средств продвижения рекламного продукта; владеет методами выявления требований целевых групп потребителей: проведение опросов: устного (интервьюирование) и письменного (анкетирование) для определения наиболее актуальных для потребителей (избирателей) проблем

Структура и содержание дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 8-м семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
125.	Понятие и сущность политического маркетинга.	27	1			26
126.	Концепция политического маркетинга	28	1	1		26
127.	Политический рынок	28	1	1		26
128.	Технологии маркетинговых исследования в изучении политической реальности.	28	1	1		26
129.	Политический брендинг	30		1		28
	Итого по дисциплине:		4	4		132

Разделы дисциплины, изучаемые в 9-м семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Маркетинг электоральных предпочтений	6	2		3	1
2.	Эволюция и развитие избирательных технологий	6	2		3	1
3.	Инструментарий политического маркетинга в СМИ.	6	2		2	2
4.	Тактико- стратегические основы популяризации и информационного продвижения политических продуктов	5	1		2	2

5.	Этические и социальные последствия внедрения политического маркетинга в политическую деятельность	4	1		2	1
	Итого по дисциплине:		8		12	7

Курсовые работы не предусмотрены
Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет/экзамен

Основная литература:

1. Киселёв, А.Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719
2. Пичурин, И.И. Основы маркетинга: Теория и практика: учебное пособие / И.И. Пичурин, О.В. Обухов, Н.Д. Эриашвили. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 383 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02090-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=116637

Автор РПД: канд.экон.наук, доцент Недыхалов Л.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.05
«Информационная политика»

Объем трудоемкости*:* 3 *зачётных единицы (108 часов, из них – 12,3 контактных часа, лекционных – 4 ч., практических – 8 ч.; 87 часов самостоятельной работы, ИКР - 0,3 ч., экзамен 8,7 ч.).*

Целью учебной дисциплины является освоение студентами фундаментальных основ социальной информациологии и проблем информационного менеджмента, получение студентами систематизированных знаний по теории и практике формирования государственной информационной политики.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с сущностными свойствами информации;
- систематизировать знания в области информационной теории;
- раскрыть суть и перспективы формирования информационного общества;
- способствовать получению знаний основных парадигм исследования процессов производства, распространения и потребления социальной информации;
- вооружить студентов навыками информационно-аналитической деятельности в системе «Власть – СМИ – Общество», методами управления информационными процессами;
- научить выстраивать систему управления и самоуправления информационными процессами, эффективно организовывать информационную политику, информационные технологии;
- способствовать получению знаний методов развития коммуникативных связей, социального партнерства между прессой и органами власти;
- научить студентов находить позитивные направления в регулировании информационных конфликтов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.05 «Информационная политика» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «реклама и связи с общественностью».

Данный курс базируется на междисциплинарном подходе: на синтезе методологических и теоретико-прикладных методов, основанных на единстве классической, неклассической, постнеклассической парадигм научного исследования и ориентирована на студентов, обучающихся по специальности «Журналистика», «Издательское дело и редактирование», «Информационная аналитика», «Реклама и связи с общественностью».

Эта дисциплина логически и содержательно-методически взаимосвязана с другими частями ООП, обеспечивает преемственность и гармонизацию освоения ООП, дает возможность расширения и углубления знаний, умений и навыков, определяемых содержанием базовых дисциплин ООП, позволяет студенту получить углубленные знания и навыки успешной профессиональной деятельности и для продолжения профессионального образования в магистратуре.

Дисциплина «Информационная политика» позволяет эффективно формировать общепрофессиональные и профессиональные компетенции, способствует всестороннему развитию личности студентов и гарантирует качество их подготовки.

Для освоения дисциплины «Информационная политика» студенты должны владеть знаниями, умениями, навыками и компетенциями, приобретенными в результате изучения дисциплины «Социология массовых коммуникаций», «Технологии управления общественным мнением», «Основы менеджмента», «Психология массовых коммуникаций», «Политология».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных компетенций (ОПК/ ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОПК-6	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической	- сущность и значение информации и информационных процессов в развитии современного информационного	- обрабатывать и анализировать информацию, содержащуюся в различных информационных источниках;	- навыками самостоятельного выполнения анализа информации

		культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	общества; - опасности и угрозы потери информации, возникающие в процессе применения информационно-коммуникационных технологий		
2	ПК7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных компаний и мероприятий	- виды, средства, формы, теории и методы, понятие эффективной коммуникации при создании эффективной информационной политики организации; специфику коммуникативного процесса при планировании, подготовки и проведении коммуникационных компаний и мероприятий	- активно использовать виды, средства, формы, теории и методы, понятие эффективной коммуникации при создании эффективной информационной политики организации; - использовать теоретические знания при планировании, подготовке и проведении коммуникативных компаний и мероприятий	- навыками использования и применения видов, средств, форм и методов коммуникации при планировании, подготовке и проведении эффективной информационной политики организации;
3	ПК12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	- принципы организации и основы функционирования информационно-коммуникационных потоков;	- использовать возможности информационно-коммуникационных технологий в процессе решения задач профессиональной деятельности; - анализировать и применять в практической деятельности специфику коммуникативного процесса;	- методами анализа информации, коммуникативного процесса, технологиями и техниками обеспечения коммуникации

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
130.	Основы учения об информации. Виды информации	9	1			8
131.	Социальная информация: источники и субъекты производства, типология	9	1			8

132.	Государственная информационная политика: объект, предмет, субъекты информационной политики	10	1	1		8
133.	Формирование и распределение информационных ресурсов государственного управления	12	1	1		10
134.	Управление системой информационно-коммуникативных отношений в обществе	11		1		10
135.	Информационная политика государства и СМИ: условия эффективного взаимодействия	11		1		10
136.	Политическая и информационная культура: сущность, состояние, пути формирования	9		1		8
137.	Методология создания концепции информационной политики	9		1		8
138.	Информационное общество: сущность, качественные и количественные характеристики, пути формирования в России	10		1		9
139.	Информационное поле, пространство, потоки: понятия, принципы формирования.	9		1		8
	Итого по дисциплине:		4	8		87

Курсовые работы - *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Нестеров, С. А. Информационная безопасность [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. А. Нестеров. - М. : Юрайт, 2017. - 321 с. - https://www.biblio-online.ru/book/836C32FD-678E-4B11-8BFC-F16354A8AFC7.

Автор РПД: доц., канд. полит. наук Абрамова В.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.06
«Теория и практика информационных войн»

Объем трудоемкости: *3 зачетных единицы (108 часов, из них – 12,3 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 8 ч.; 87 часов самостоятельной работы; 8,7 ч. Контроль, 0,3 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины - дать целостное представление об информационных войнах, их истории, особенностях проявления в начале XXI века, угрозах в информационной сфере и задачах по обеспечению информационной безопасности.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:
- изучить теоретико-методологические основы исследования информационных войн;
- рассмотреть концепцию современной российской государственной информационной политики;
- познакомиться с зарубежными и отечественными теоретическими концепциями информационной и информационно-психологической войны, сетевой и кибервойны, информационной безопасности;
- изучить правовые аспекты компьютерных правонарушений и информационных войн;
- выявить исторические этапы развития теории и практики информационных войн, особенности информационного противоборства в годы Первой и Второй мировых войн, в период холодной войны и в начале XXI века;
- рассмотреть особенности информационно-психологических войн, информационно-психологических операций и их место в системе информационных войн; - познакомиться с деятельностью средств массовой информации в освещении современных событий в мире и их ролью в современных информационных войнах;
- изучить сущность и специфику сетевых и кибервойн;
- выяснить характер угроз национальной безопасности России, связанных с информационными войнами, и определить задачи по созданию системы информационной безопасности страны;
- определить методологию, направления и актуальные проблемы исследований по вопросам информационных войн и информационной безопасности.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.06 «Теория и практика информационных войн» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" ФГОС по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Теория и практика и информационных войн» относится к вариативной части гуманитарного учебного цикла. Поэтому требования к специальным входным знаниям студентов не предъявляются. Достаточно знаний студентов по предметам гуманитарного цикла общеобразовательной школы. Однако, для успешного освоения дисциплины, необходимы умение воспринимать, систематизировать и обобщать информацию, концентрация внимания и желание учиться.

Знания, умения и навыки, полученные студентами в процессе освоения дисциплины «Информационные войны» являются предшествующими для изучения таких дисциплин как «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика рекламы», «Государственное и общественное регулирование рекламы и связей с общественностью», «Интернет как среда и инструмент реализации PR».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Теория и практика информационных войн» направлен на формирование следующих компетенций:

общепрофессиональных компетенций (ОПК):
- способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационной-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности (**ОПК-6**);

профессиональных компетенций (ПК):
- способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (**ПК-7**);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (**ПК-11**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компете	Содержание компетенции (или её	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны

	нции	части)	**знать**	**уметь**	**владеть**
1	**ОПК-6**	способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности	*знать* алгоритмы анализа информации	*уметь* воспринимать, обобщать, анализировать информацию	*владеть* способностью воспринимать, обобщать, анализировать информацию
2	**ПК-7**	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	*знать* специфику профессиональной деятельности	*уметь* обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности	*владеть* мотивацией к выполнению профессиональной деятельности
3	**ПК-11**	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	*знать* основные требования информационной безопасности	*уметь* соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны	*владеть* способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
140.	Информационная война: понятие, элементы, принципы	21	1	2	-	17
141.	Теоретико-методологические проблемы изучения информационных войн.	21	1	2	-	17
142.	Информационное оружие	22	1	2	-	17
143.	История информационного противоборства с древности до новейшего времени	22	1	1	-	18
144.	Информационные войны в XX -начале XXI вв.: масштаб, формы, значение	22		1	-	18
	Итого по дисциплине:	**108**	**4**	**8**	**-**	**87**

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *экзамен*

Основная литература:

1. Вирен, Г.Современные медиа: приемы **информационных войн** [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Г. Вирен. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 128 с. - https://e.lanbook.com/book/97232.
2. Ильясова, С. В.Язык СМИ и **рекламы**: игра как норма и как аномалия [Электронный ресурс] : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2016. - 328 с. - https://e.lanbook.com/book/91035#authors.
3. Матвейчев, О.Информационные **войны** XXI века. "Мягкая сила" против атомной бомбы [Электронный ресурс] / О. Матвейчев. - Москва : Книжный мир, 2016. - 353 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=460132.

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.01.01
«История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел»

Объем трудоемкости ЗФО: 3 ЗЕТ (108 часов, из них – 20,3 часов аудиторной нагрузки: лекционных 12 ч., практических 8 ч., 79 часов самостоятельной работы, 0,3 часа – ИКР, 8,7 ч. контроль).

Цель дисциплины:
Создать целостное представление о мировом литературном процессе в историко-культурном контексте.

Задачи дисциплины:
- сформировать базовый понятийный аппарат;
- изучить основные памятники мировой литературы;
- сформировать устойчивые навыки применения историко-литературных и историко-культурных знаний в рекламе и ПР.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:
Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Дисциплина «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел» в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является этапом в формировании и развитии компетенций, осваиваемых при изучении дисциплины Б1.В.ДВ.07.02 «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Русский раздел». В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел» является предшествующей для следующих дисциплин: Б1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии»; Б1.В.ДВ.13.02 «Журналистское мастерство в контексте рекламной и ПР-деятельности».

Требования к уровню освоения дисциплины
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-2	Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	основы гуманитарных, социальных, экономических дисциплин, отечественную историю, основы философии, культурологии, искусства, научные философские, религиозные картины мира	использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении	способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах
2.	ПК-5	Способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации	многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии, иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников	самостоятельно анализировать социально-политическую экономическую и научную литературу	способностью к критике, самокритике и работе в коллективе

Основные разделы дисциплины:

№	Наименование разделов	Количество часов

		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5		7
145.	Античная литература	13	2	1	-	10
146.	Литература Византии	12	1	1	-	10
147.	Литература Средних веков и эпохи Возрождения	23	2	1	-	20
148.	Литература XVII-XVIII вв.	13	2	1	-	10
149.	Литература XIX в.	13	2	1	-	10
150.	Литература XX в.	14	2	2	-	10
151.	Литература Китая и Японии	11	1	1	-	9
152.	Контроль	8,7+0,3				
	Итого по дисциплине:	108	12	8	-	79

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*
Вид аттестации: экзамен

Основная литература:

1. Гиленсон, Б. А. История зарубежной литературы. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / Б. А. Гиленсон. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 499 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02504-0. [Электронный ресурс]. - URL: https://biblio-online.ru/book/54776FEB-1290-41B2-9409-98CA7A27CA6B.
2. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: искусство слова в Средневековье и титаны эпохи Возрождения. Начало Нового времени: учебник для студентов высших учебных заведений гуманитарного направления / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 471 с.: ил. - Библиогр.: с. 457-463. - ISBN 978-5-4475-2522-4; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253621
3. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: искусство слова Древней Греции, Рима, Востока и Азии: иллюстрированное учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 378 с. - ISBN 978-5-4475-0436-6; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241083
4. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: Новое время и эпоха Просвещения: конец XVIII – первая половина XIX века: учебник для высших учебных заведений гуманитарного направления / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 454 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2495-1; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253047
5. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: XX век. Имена и книги вне пространства и времени : учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 659 с. - ISBN 978-5-4458-6739-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228078

Автор РПД: М.А. Шахбазян, д-р филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.01.02
«История мировой литературы и искусства в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел»

Объем трудоемкости ЗФО: 3 ЗЕТ (108 часов, из них – 20,3 часов аудиторной нагрузки: лекционных 12 ч., практических 8 ч., 79 часов самостоятельной работы, 0,3 часа – ИКР, 8,7 ч. контроль).

Цель дисциплины:
Создать целостное представление о мировом литературном процессе, истории искусств и музыки.

Задачи дисциплины:
- сформировать базовый понятийный аппарат;
- изучить основные памятники мировой литературы;
- познакомиться с мировыми шедеврами искусства и музыки;
- сформировать устойчивые навыки применения историко-литературных и историко-культурных знаний в рекламе и ПР.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:
Дисциплина «История мировой литературы и искусств в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Дисциплина «История мировой литературы и искусств в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел» в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является промежуточным этапом в формировании и развитии компетенций, осваиваемых при изучении дисциплины «История мировой литературы и искусств в контексте рекламы и ПР. Русский раздел».

Требования к уровню освоения дисциплины
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-2	Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	основы гуманитарных, социальных, экономических дисциплин, отечественную историю, основы философии, культурологии, искусства, научные философские, религиозные картины мира	использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении	способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах
2.	ПК-5	Способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации	многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии, иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников	самостоятельно анализировать социально-политическую экономическую и научную литературу	способностью к критике, самокритике и работе в коллективе

Основные разделы дисциплины:

№	Наименование разделов	Количество часов		
		Всего	Аудиторная Работа	Внеаудиторная работа

			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5		7
153.	Античная литература и искусство	13	2	1	-	10
154.	Литература и искусство Византии	12	1	1	-	10
155.	Литература средних веков и эпохи Возрождения	23	2	1	-	20
156.	Литература и искусство XVII-XVIII вв.	13	2	1	-	10
157.	Литература и искусство XIX в.	13	2	1	-	10
158.	Литература и искусство XX в.	14	2	2	-	10
159.	Литература и искусство Китая и Японии	11	1	1	-	9
160.	Контроль	8,7+0,3				
	Итого по дисциплине:	108	12	8	-	79

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*
Вид аттестации: экзамен

Основная литература:

1. Гиленсон, Б. А. История зарубежной литературы. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / Б. А. Гиленсон. — М.: Издательство Юрайт, 2017. — 499 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02504-0. [Электронный ресурс]. - URL: https://biblio-online.ru/book/54776FEB-1290-41B2-9409-98CA7A27CA6B.
2. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: искусство слова в Средневековье и титаны эпохи Возрождения. Начало Нового времени: учебник для студентов высших учебных заведений гуманитарного направления / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 471 с.: ил. - Библиогр.: с. 457-463. - ISBN 978-5-4475-2522-4; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253621
3. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: искусство слова Древней Греции, Рима, Востока и Азии: иллюстрированное учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 378 с. - ISBN 978-5-4475-0436-6; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=241083
4. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: Новое время и эпоха Просвещения: конец XVIII – первая половина XIX века: учебник для высших учебных заведений гуманитарного направления / Б.Р. Мандель. - Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2014. - 454 с.: ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-2495-1; [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=253047
5. Мандель, Б.Р. Всемирная литература: XX век. Имена и книги вне пространства и времени : учебное пособие / Б.Р. Мандель. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 659 с. - ISBN 978-5-4458-6739-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228078

Автор РПД: М.А. Шахбазян, д-р филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.02.01
«Политический дискурс»

Объем трудоемкости: 3 *ЗЕТ (108 часов, в том числе 10,3 контактных часа, из них 4 часа лекционных занятий, 6 часов практических занятий, 89 часов СРС, 8,7 ч. –контроль, 0,3 ч. ИКР).*

Цели дисциплины: Основная цель освоения дисциплины «Политический дискурс» - изучение условий, тенденций и закономерностей развития политического дискурса в СМИ.

Задачи дисциплины:

- Выявление и раскрытие возможностей новых научных методов анализа политических текстов;
- Анализ политико-информационных процессов
-Проектирование посредством дискурсных практик последствий воздействия политического дискурса на массовое сознание и психику.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО

Дисциплина «Политический дискурс» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана (дисциплины по выбору). Предшествующие дисциплины: «Социология», последующие дисциплины: «Политический маркетинг в СМИ».

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	**Формулировка компетенции из ФГОС**	**Профильное наполнение компетенции**		
		Знать	**Уметь**	**Владеть**
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	специфику участия в создании коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	принимать участие в коммуникационных мероприятиях предприятия	навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Семантические и прагматические характеристики политического дискурса, политические функции СМИ	Подготовить и взять интервью	Методами анализа политических текстов

Структура дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
161.	Место политического дискурса в системе институциональных форм общения	17	1	1	-	15
162.	Семантические характеристики политического дискурса	17	1	1	-	15
163.	Прагматические характеристики политического дискурса	17	1	1	-	15
164.	Методы и способы изучения политического дискурса	17	1	1	-	15
165.	Интервью в системе массовой коммуникации	16	-	1	-	15
166.	Структурные характеристики интервью	15	-	1	-	14

	Итого по дисциплине:		4	6	-	89

Курсовые работы не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Пономарев, Н. Ф. Коммуникационный менеджмент власти: институциональные теории и **дискурс**ивные практики [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н. Ф. Пономарева. - 2-е изд. - Москва : Флинта, 2016. - 125 с. - https://e.lanbook.com/book/74634#authors.
2. Чернявская, В. Е. **Дискурс** власти и власть **дискурс**а : проблемы речевого воздействия [Электронный ресурс] : учебное пособие / Чернявская В.Е. - Москва : Директ-Медиа, 2014. - 128 с. - https://e.lanbook.com/book/13075.

Автор РПД: доц., канд. полит. наук Абрамова В.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.02.02
«Организация и проведение избирательной кампании»

Объем трудоемкости: 3 *ЗЕТ (108 часов, в том числе 10,3 контактных часа, из них 4 часа лекционных занятий, 6 часов практических занятий, 89 часов СРС, 8,7 ч. –контроль, 0,3 ч. ИКР).*

Цели дисциплины: Основная цель освоения дисциплины «**Организация и проведение избирательной кампании**» - изучить основные методики организации и проведения избирательных кампаний и получить элементарные навыки для работы в избирательной кампании.

Задачи дисциплины:

1) рассмотреть основные виды избирательных технологий, показать их роль и место в электоральном процессе;

2) раскрыть политико-психологическую сущность в разных видах избирательных технологий;

3) проанализировать проблемы эффективности избирательных технологий и применения возможностей профессионального политолога в их решении.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Организация и проведение избирательной кампании» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана. Предшествующие дисциплины: «Социология», «Консалтинг в связях с общественностью», последующие дисциплины: «Политический маркетинг в СМИ»

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

Код компетенции	**Формулировка компетенции из ФГОС**	**Профильное наполнение компетенции**		
		Знать	**Уметь**	**Владеть**
ПК-6	Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	специфику участия в создании коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечении внутрненней и внешней коммуникации	принимать участие в коммуникационных мероприятиях предприятия	навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации организации
ПК-7	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Семантические и прагматические характеристики политического дискурса, политические функции СМИ	Подготовить и взять интервью	Методами анализа политических текстов

Структура дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
167.	Введение в дисциплину «технология проведения избирательных кампаний»	17	1	1	-	15
168.	Основные акторы избирательных процессов	17	1	1	-	15
169.	Ресурсы избирательной кампании	17	1	1	-	15
170.	Стратегия и тактика избирательной кампании	17	1	1	-	15
171.	Планирование избирательной кампании	16	-	1	-	15
172.	Управление в избирательной кампании	15	-	1	-	14
	Итого по дисциплине:		4	6	-	89

Курсовые работы не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Политическая реклама: Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / П. А. Кузнецов. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 127 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=116754&sr=1.

Автор РПД: доц., канд. полит. наук Абрамова В.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.03.01
«Региональный рекламно-информационный рынок»

Объем трудоемкости: *2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лекционных 4 ч., практических 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы; 3,8 часов контроль, 0,2 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины – ознакомить студентов с особенностями формирования и функционирования рынка рекламно-информационных услуг регионального уровня.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:
- механизмы разработки PR и рекламы в государственной политике;
- взаимосвязь коммуникации, политики и управления;
- теории государственного управления;
- коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности;
- специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе;
- соотношение государственного и муниципального управления;
- мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Региональный рекламно-информационный рынок» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Вариативная часть. Дисциплины по выбору» учебного плана по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Социология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Региональный рекламно-информационный рынок», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Региональный рекламно-информационный рынок» направлен на формирование следующих компетенций:
- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств	*знать* способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	*уметь* разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	*владеть* навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		рекламы			
2	**ПК-11**	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	*знать* аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и аудиторию, роль в формировании общественного мнения; *знать* современные процессы в сфере масс-медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснациональных СМИ, феномены медиаимпериализма и альтернативных СМИ	*уметь* анализировать деятельность современных СМИ; *уметь* изучать аудиторию СМИ, ее отношение и предпочтения	*владеть* методами проведения PR-кампаний и формирования имиджа

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	9	1	-	-	8
2	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	9	1	-	-	8
3	PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект	9	1	-	-	8
4	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности. *Итоговое занятие*	9	1	-	-	8
	Итого по дисциплине:		4		-	32

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Основные инструменты и технологии, применяемые на рекламно-информационном рынке	8	-	1	-	7
2	Методы анализа рекламно-информационного рынка	8	-	1	-	7
3	Оценка эффективности работы инструментов	8	-	1	-	7

4	Проблемы и перспективы развития регионального рекламно-информационного рынка *Итоговое занятие*	8	-	1	-	7
	Итого по дисциплине:			4	-	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
2. Федотова, Л. Н. Реклама: теория и практика [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. - Москва : Юрайт, 2017. - 391 с. - https://www.biblio-online.ru/book/164B20C5-2343-47F1-884F-6557E25149FD.

Автор РПД: преподаватель Сергиенко В.А. канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.03.02
«Медиакарта региона»

Объем трудоемкости: *2 зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, 4 ч. лекционных, практических 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы, ИКР 0,2 ч., 3,8 ч. контроль)*

Цель освоения дисциплины – ознакомить студентов с комплексным описанием конкретного регионального медиа-рынка.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:
- механизмы разработки PR и рекламы в политике сотрудничества со СМИ;
- СМИ в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности;
- мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиакарта региона» входит в раздел «Б.1. Вариативная часть. Дисциплины по выбору» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Социология», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Региональный рекламно-информационный рынок», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Медиакарта региона» направлен на формирование следующих компетенций:
- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	*знать* способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	*уметь* разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	*владеть* навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
2	**ПК-11**	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	*знать* аспекты взаимодействия СМИ с другими социальными институтами, влияния на культуру и	*уметь* анализировать деятельность современных СМИ; *уметь* изучать аудиторию СМИ, ее отношение и	*владеть* методами проведения PR-кампаний и формирования имиджа

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			аудиторию, роль в формировании общественного мнения; *знать* современные процессы в сфере масс-медиа: влияние процесса глобализации, возникновение транснациональных СМИ, феномены медиаимпериализма и альтернативных СМИ	предпочтения	

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура	9	1	-	-	8
2	Взаимосвязь коммуникации, политики и управления	9	1	-	-	8
3	PR-продвижение организации: региональный аспект	9	1	-	-	8
4	Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности	9	1	-	-	8
	Итого по дисциплине:		4	-	-	32

Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Специфика рекламы и PR в организациях	13	-	2	-	11
2	PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне	11	-	1	-	10
3	Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR. *Итоговое занятие*	7	-	1	-	7
	Итого по дисциплине:		-	4	-	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

Автор РПД: преподаватель Сергиенко В.А. канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.04.01
«Искусство бизнес-презентации»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, лабораторных 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы, 0,2 ч. ИКР, 3,8 ч. зачет)*

Цель освоения дисциплины – обучить студентов основным принципам и методам бизнес-презентаций, дать навыки планирования, организации и проведения эффективных деловых презентаций в будущей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается рассмотреть:
- процесс планирования и проведения презентации;
- создание слайдов, использование шаблонов, оформление и демонстрация презентаций;
- оформление информации в рамках заданной темы;
- соблюдение правил делового поведения во время организации и проведения презентации.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Искусство бизнес-презентации» входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Основы интегрированных коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Деловое общение».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Искусство бизнес-презентации», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
2	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	способы подготовки выпуска и производства рекламной продукции под контролем руководства	подготавливать и согласовывать с руководством рекламные проекты, включая текстовые графические и презентационные материалы	способностью под контролем руководства осуществлять подготовку рекламных и ПР-продуктов, а также их распространение

Основные разделы дисциплины
Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Сущность презентации. Роль презентации в современном обществе.	5			1	4
2	Планирование презентации. Цель презентации. Виды презентации.	5			1	4
3	Методики и технологии описания бизнес проектов.	5			1	4
4	Структура презентации. Подготовка вступления, основной части и заключения	7			1	6
5	Совершенствование основных видов речевой деятельности. Общение и коммуникация.	5			1	4
6	Искусство публичного выступления. *Итоговое занятие*	5			1	4
	Итого по дисциплине:				6	26

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - М. : Юрайт, 2017. - 433 с. - https://biblio-online.ru/book/FAE8F042-C2C6-487B-97DF-1CF1215FA351.
2. Ломова, О. С. Деловое общение специалиста по рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. С. Ломова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 237 с., ил. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801.
3. Фатеева, И. М. Культура речи и деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / И. М. Фатеева ; Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС» (Институт). - М. : МИРБИС : Директ-Медиа, 2016. - 269 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&book_id=441404.

Автор РПД: преподаватель Сергиенко В.А. канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.04.02
«Переговорный процесс»

Объем трудоемкости (ЗФО): *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, лабораторных 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы, 3,8 ч. контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель дисциплины - освоение технологического процесса переговоров в социальной сфере, формирование навыков эффективного взаимодействия с оппонентами, ориентированного на совместный поиск решения проблемы с целью достижения максимального удовлетворения интересов обеих сторон.

Задачи дисциплины

- познакомить с основными теоретическими моделями проведения переговоров;
- раскрыть основные черты современного имиджа «искусного переговорщика», позволяющие достичь вершин мастерства в искусстве переговоров;
- показать роль и значение культуры делового общения в процессе международных переговоров;
- познакомить с основными принципами и правилами риторики и теории аргументации, позволяющими убедительно представить свою позицию на переговорах;
- раскрыть роль и значение невербальных коммуникаций, оказывающих влияние на процесс делового общения в разных культурных традициях;
- познакомить с основными принципами подготовки к переговорам: показать правила формирования переговорного досье, раскрыть основные принципы разработки переговорной концепции, правила определения стратегии и тактики переговоров, формирования повестки дня, выбора времени, места и состава делегации;
- дать представление об основных этапах проведения переговоров, раскрыть основные тактические приемы, использующиеся во время переговоров, показать значение информационного сопровождения переговоров, роль новых информационных технологий для усиления переговорной позиции;
- раскрыть роль и значение национального стиля в процессе межкультурных коммуникаций, показать основные различия между национальными стилями западных и восточных участников переговоров.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 Переговорный процесс входит в раздел «Б.1. Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Преподавание дисциплины основано на изучении предшествующих дисциплин - «Основы интегрированных коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Деловое общение».

Компетенции, формируемые при освоении дисциплины «Переговорный процесс», необходимы в ходе прохождения студентами практик, имеют значение для подготовки курсовых и выпускных квалификационных работ ряда тематик.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Процесс изучения дисциплины «Переговорный процесс» направлен на формирование следующих компетенций:
- способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (**ПК-8**);
- способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (**ПК-16**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках	*знать* способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	*уметь* разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	*владеть* навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		традиционных и современных средств рекламы			
2	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	*знать* способы подготовки выпуска и производства рекламной продукции под контролем руководства	*уметь* подготавливать и согласовывать с руководством рекламные проекты, включая текстовые графические и презентационные материалы	*владеть* способностью под контролем руководства осуществлять подготовку рекламных и ПР-продуктов, а также их распространение

Основные разделы дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 4семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1	Искусство ведения переговоров. Введение	6			1	5
2	Поведение на различных стадиях переговоров	5			1	4
3	Анализ переговорного процесса	5			1	4
4	Уловки в переговорах	5			1	4
5	Гарвардский проект переговоров	5			1	4
6	Переговоры с клиентами	6			1	5
7	*Вид промежуточной аттестации (зачет)*	3,8				
	Итого по дисциплине:	36			6	26

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Культура речи и деловое общение : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. В. Химик [и др.] ; отв. ред. В. В. Химик, Л. Б. Волкова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 308 с. — (Серия : Бакалавр. Академический курс). —[Электронный ресурс] — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/32E0CAD2-3095-45F1-AF3B-715A9FB30630
2. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов ; под общ. ред. А. П. Панфиловой. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. — (Серия : Профессиональное образование). — [Электронный ресурс] — Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/82FA4372-C48B-4106-88BC-0E2650246585. - Загл. с экрана.
3. Панфилова, А. П. Культура речи и деловое общение в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для СПО / А. П. Панфилова, А. В. Долматов. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 258 с. — (Серия : Профессиональное образование). — [Электронныйресурс] - Режим доступа : www.biblio-online.ru/book/D6B82178-F5C5-4091-8AA0-AECF4E1482FE. - Загл. с экрана.

Автор РПД: преподаватель Сергиенко В.А. канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.05.01
«Основы бухгалтерского учета и аудита в профессиональной сфере»

Объем трудоемкости: ЗФО *2 Зет (72 часа, 10,2 контактных часа, 4 ч. лекционных занятия, 2 ч. практических занятий, 4 ч. лабораторных занятий; 58 часа самостоятельной работы; 3,8 ч. контроль, 0,2 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины: ознакомление студентов с концепциями учета, с базовыми принципами ведения бухгалтерского учета и терминологией, используемой в учете, а также с ролью и значением информации, формируемой в бухгалтерском учете, в практике принятия деловых решений внешними и внутренними пользователями.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с понятиями и определениями, используемыми в изучаемом курсе и основами нормативного регулирования организации и ведения бухгалтерского учета в Российской Федерации;
- научить студентов классифицировать хозяйственные операции и хозяйственные средства предприятия;
- научить студентов использовать на практике элементы метода бухгалтерского учета;
- научить студентов практическим навыкам отражения хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета и проведению анализа состояние бухгалтерского баланса в результате осуществляемых хозяйственных операций;
- ознакомить студентов с основными аспектами аудиторской деятельности и нормативно-правовым регулированием аудита в РФ;
- научить студентов использовать основные приемы проведения аудиторской проверки на конкретных объектах.

Место дисциплины (модуля) в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.01. «Основы бухгалтерского учета и аудита в профессиональной сфере» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана. Модуль 4 Маркетинг. ФГОС ВО направлению подготовки 42.03.01 – «реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Основы бухгалтерского учета и аудита в профессиональной сфере» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Предшествующие дисциплины: ««Разработка и технологии производства рекламного и ПР-продукта», последующие дисциплины «Технологии создания рекламных и ПР-текстов».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Основы бухгалтерского учета и аудита в профессиональной сфере» направлен на формирование следующих компетенций:

- Способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью **(ПК-1)**
- Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (**ПК -11**)

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных и профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ П.п	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**Уметь**	**Владеть**
1.	ПК -1	Способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественн	Нормы информационного права, которые чаще всего востребуются при подготовке материала к публикации; нормы профессиональной этики, которые	Распознавать конфликтные тексты; анализировать конфликтные тексты; избегать информационных конфликтов.	Способами анализа конфликтных текстов; терминологическим аппаратом данной дисциплины; знаниями о типичных конфликтах в российских современных СМК толерантно, с соблюдением этических принципов разрешать информационные споры.

		остью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;	помогают избежать конфликтности выступления перед аудиторией; виды информационных споров; способы разрешения информационных споров.		
	ПК -11	Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.	Правила составления, оформления, обработки и подготовки документной информации, возникающей в процессе профессиональной деятельности.	Под контролем эффективно пользоваться формами корреспонденции и делопроизводства, создания и редактирования документов.	Способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований

Структура и содержание дисциплины:

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре (для студентов ЗФО).

№ раздела	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Сущность и содержание бухгалтерского учета	8	1			7
2.	Система нормативного регулирования бухгалтерского учета в Российской Федерации	8	1			7
3.	Объекты бухгалтерского учета	8	1			7
4.	Предмет и метод бухгалтерского учета	8	1			8
5.	Бухгалтерский баланс	10		1	1	8
6.	Система счетов и двойная запись	10		1	1	8
7.	Учетные регистры и формы бухгалтерского учета. Формы бухгалтерского учета	9			1	8
8.	Документирование и документооборот. Основы аудита. Методология аудита.	6			1	5
	ИТОГО		**4**	**2**	**4**	**58**

Курсовые работы: *не предусмотрены*
Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Бородин, В. А.Теория **бухгалтерского учета** [Электронный ресурс] : учебник / В.А. Бородин, Ю.А. Бабаев, Н.Д. Амаглобели ; под ред. Ю.А. Бабаева. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 303 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114503.
2. Бурлуцкая, Т. П. **Бух**галтерский **учет** для начинающих: теория и практика [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / Бурлуцкая, Т. П. - М. ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2016. - 208 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=444164&sr=1.
3. Миславская, Н. А. Международные стандарты **учет**а и финансовой отчетности [Электронный ресурс] : учебник / Н. А. Миславская, С. Н. Поленова. - М. : Дашков и К°, 2017. - 370 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454087

Автор (ы) РПД канд. экон. наук Недыхалов Л.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.05.02
«Экспертные оценки в профессиональной сфере»

Объем трудоемкости: ЗФО *2 Зет (72 часа, в том числе 10,2 контактных часа, из них 4 часов лекционных занятий, 2 часа практических занятий, 4 часа лабораторных занятий, СР 58 часов, ИКР 0.2 ч.; 3,8 ч. контроль)*

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов способности к обобщению, анализу, критическому восприятию опубликованной информации.

Задачи дисциплины:

1. способствовать выработке умения применять на практике нормы информационного права и профессиональной этики журналиста;
2. дать понимание закономерностей функционирования текстов в публичном пространстве, их воздействия на восприятие различных сегментов аудитории;
3. обозначить наиболее конфликтные области общественных отношений, на которые воздействуют СМК.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02. «Экспертные оценки в профессиональной сфере» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана. Модуль 4 Маркетинг. ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Экспертные оценки в профессиональной сфере» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Предшествующие дисциплины: «Современный русский (родной) язык», «Разработка и технологии производства рекламного и ПР-продукта», последующие дисциплины «Технологии создания рекламных и ПР-текстов».

Дисциплина сформирована на стыке этического, правового и филолого-профессионального модулей. Студент к началу седьмого семестра начал изучение различных форматов подачи рекламной и ПР-информации, им осваиваются жанры, проблематика публичных выступлений. На этой основе можно приступить к самостоятельному анализу конфликтных публикаций, познакомиться с положением дел в данной сфере, выработать неконфликтное поведение как автора текстов рекламы и ПР.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Экспертные оценки в профессиональной сфере »направлен на формирование следующих компетенций:

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

- Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов **(ПК-11)**

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных и профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п..	Индекс Компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**Уметь**	**Владеть,**
1.	ПК -1	Способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Нормы информационного права, которые чаще всего востребуются при подготовке материала к публикации; нормы профессиональной этики, которые помогают избежать конфликтности выступления перед аудиторией; виды информационных споров; способы разрешения информационных споров.	Распознавать конфликтные тексты; анализировать конфликтные тексты; избегать информационных конфликтов.	Способами анализа конфликтных текстов; терминологическим аппаратом данной дисциплины; знаниями о типичных конфликтах в российских современных СМК толерантно, с соблюдением этических принципов разрешать информационные споры.
2.	ПК -11	Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.	Правила составления, оформления, обработки и подготовки документной информации, возникающей в процессе профессиональной деятельности.	Под контролем эффективно пользоваться формами корреспонденции и делопроизводства, создания и редактирования документов.	Способностью собирать и систематизировать научно-практическую информацию по теме исследований

Структура и содержание дисциплины:

Разделы (темы)дисциплины, изучаемые в 6 семестре

аз ела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
	2	3	4	5	6	7
	Способы регулирование информационных споров в журналистике. Шесть теорий прессы.	10	2			
	Гуманитарная экспертиза в современном мире. Информационные споры как объект экспертной деятельности. Российский опыт.	8				8
	Особенности работы эксперта. Критерии его объективности. Экспертные сообщества. Этические правила.	10			2	8
	Лингвистическая экспертиза . Язык и его выразительные свойства как предмет экспертного мнения (на примере экспертного мнения автора).	10	2			8
	Соблюдение журналистом принципов профессиональной этики как предмет экспертного мнения. Сложность работы эксперта при конвергенции жанров и форматов. Ток-шоу как предмет экспертного мнения (на примере авторской экспертизы).	10		2		8
	Соблюдения принципа объективности как предмет экспертизы (на примере экспертного мнения автора).	8				8
	Соблюдение принципа недопустимости вмешательства в частную жизнь как предмет экспертизы (на примере экспертного мнения автора)	6				6
	Блогеры как участники информационных споров (на примере экспертного мнения автора)	6			2	4
	Всего		4	2	4	58

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Вид аттестации: зачет

Основная литература

1. Ларионов, Г.В. Интегрированный товар в инновационно-креативном предпринимательстве: монография [Электронный ресурс] : монография — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 176 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/70530
2. Филимонова, Е. В. Информационные технологии в профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : учебник / Е. В. Филимонова. - Москва : КНОРУС, 2017. - 482 с. - https://www.book.ru/book/922139.

Автор (ы) РПД канд. экон. наук, доц. Недыхалов Л.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.06.01
«Профессиональная этика специалиста по рекламе и ПР»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 4,2 часа контактная работа: практических 4 ч. (0,2 ИКР); 28 часа самостоятельной работы; 3,8 часа контроль).*

Цель освоения дисциплины. В соотношении творческого процесса с конкретными условиями деятельности правовой контроль и нравственный самоконтроль выступают как безусловная проверка качества профессионального решения. Поэтому ***целью*** дисциплины является ознакомление студентов с профессионально-этическими нормами, создание представления о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности социального института ПР и рекламы; выработку у будущих профессионалов систематизированного представления о путях формирования и совершенствования законодательных и этических нормативов рекламной и PR-деятельности, что представляет неотъемлемую часть профессионального образования, как обязательного условия конкурентоспособности на рынке массовых информационных процессов.

1.2. Задачи дисциплины

Среди основных ***задач*** дисциплины можно выделить следующие:

– сформировать у будущих специалистов в области ПР и рекламной деятельности знания об основных этических понятиях, закономерностях формирования отношений в коллективе;

– дать систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений, их роли в профессиональной деятельности;

– помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности отражения ее в профессиональной этике; познакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики;

– показать, в чем состоит саморегулирование профессионального сообщества и как оно соотносится с профессиональной этикой;

– изложить базовые понятия о рекламе, рекламной и PR-деятельности с юридической точки зрения, совокупности правового и этического регулирования и их взаимосвязи;

– раскрыть содержание фундаментальных профессионально-этических ориентиров, формирующих профессионально-нравственную позицию; рассматриваемых мировым рекламным и ПР сообществом как стандарты профессионального поведения, ориентация на которые обеспечивает оптимальное взаимодействие;

– ознакомить студентов с практических рекомендации по применению нормативных актов.

1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.01 «Профессиональная этика специалиста по рекламе и ПР» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины гуманитарного и социально-экономического цикла» учебного плана.

Данный курс является важной составной частью профессионального образования будущих специалистов, работающих в области ПР и рекламной деятельности. Наряду с курсами «Культурология», «Основы культуры речи», «Имиджелогия», «Основы теории коммуникаций», он составляет основу их теоретико-практической подготовки.

Изучение такого явления, как профессиональная этика, овладение ее содержанием позволят начинающему рекламисту и специалисту в области связей с общественностью наполнить нравственным содержанием технологические моменты своей работы, постоянно держать в своем профессиональном сознании социальные ориентиры информационной деятельности, а, следовательно, работать более эффективно в социальном и профессиональном плане. Поэтому данная дисциплина, будучи крайне важной, изучается на ранней стадии профессионального образования – в четвертом семестре 2 курса. При этом более ранее изучение предмета нецелесообразно, поскольку у студента, как правило, еще нет того базового уровня знаний, который необходим для рассмотрения профессиональной этики. Сюда относятся как общетеоретические знания о рекламе и связях с общественностью как социальном институте, особенностях ее функционирования в обществе, так и практические навыки работы в СМИ.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Преподавание профессиональной этики имеет сегодня особое значение. Современный социум лишь постепенно и весьма медленно преодолевает проблемы того перелома, с которым столкнулся в 90-е годы XX века. Среди этих проблем – и сложность в определении и осуществлении профессиональных задач, а, следовательно, и нравственных критериев работы. «Нравственная болезнь» российского и мировой социального сообщества имеет весьма глубокий характер. Молодому специалисту необходимо усвоить, что знание профессионально-этических критериев работы – важное средство эффективной работы. Необходимо внутренне принять эти нормы, применять их, несмотря на, подчас, сопротивление собственной профессиональной среды, находить этически правильный выход из сложных профессиональных ситуаций.

Компетенции обучающегося, формируемые данной дисциплиной, и их коды в соответствии с ФГОС ВО.

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и

культурные различия ***(ОК – 6)***

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ***(ПК – 6)***

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК 6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	***знать:*** основные этические понятия и категории; в чем сущность профессиональной этики как науки о профессиональной морали и какова ее роль; содержание фундаментальных профессионально-этических представлений рекламного и ПР сообщества	***уметь:*** проявлять навыки самостоятельной профессионально-нравственной ориентации в процессе работы, свидетельствующие о достаточном уровне профессионально-этической зрелости; видеть при принятии решений в процессе профессионального поведения существующие альтернативы и выбирать вариант, сориентированный на моральные ценности профессионального сообщества	***владеть:*** навыками оценки своих поступков и поступков окружающих с точки зрения норм этики и морали; навыками поведения в коллективе и общения с гражданами в соответствии с нормами этикета
2.	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	***знать*** основные российские и зарубежные документы (кодексы, хартии, декларации) регулирующие правовую сторону профессиональной деятельности специалиста в области рекламы и ПР в настоящий период.	***суметь*** освоить принципы и методику поиска оптимальных этических решений в затруднительных ситуациях, с которыми сталкивается рекламист и специалист по связям с общественностью в повседневной практике.	***владеть*** спецификой ведения этикета деловых бесед и встреч;

Структура и содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
173.	Этика, мораль нравственность: основные понятия	4	0	2	0	2

174.	Этика, мораль нравственность: основные понятия	4	0	2	0	2
175.	Этика делового общения	4	0	0	0	4
176.	Профессиональная этика (ПЭ)	4	0	0	0	4
177.	Кодексы профессиональной этики	4	0	0	0	4
178.	Профессионально-этические кодексы, регламентирующие деятельность специалиста в области PR	4	0	0	0	4
179.	Профессионально-этические кодексы, регламентирующие деятельность специалиста в области рекламы	4	0	0	0	4
180.	Комитеты и комиссии по профессиональной этике *Итоговое занятие*	4	0	0	0	4
	Итого по дисциплине:		0	4	0	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана.

2. Философия : учеб. пособие / А.Т. Свергузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). —Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548110

Автор РПД: д-р филол. наук, доц., проф. Патюкова Р.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.06.02
«Профессиональные этические кодексы»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 4,2 часа контактная работа: практических 4 ч. (0,2 ИКР); 28 часа самостоятельной работы; 3,8 часа контроль).*

Цель освоения дисциплины. В соотношении творческого процесса с конкретными условиями деятельности правовой контроль и нравственный самоконтроль выступают как безусловная проверка качества профессионального решения. Поэтому ***целью*** дисциплины является ознакомление студентов с профессионально-этическими нормами, создание представления о месте, которое занимают моральные принципы и ценности в деятельности социального института ПР и рекламы; выработку у будущих профессионалов систематизированного представления о путях формирования и совершенствования законодательных и этических нормативов рекламной и PR-деятельности, что представляет неотъемлемую часть профессионального образования, как обязательного условия конкурентоспособности на рынке массовых информационных процессов.

1.2. Задачи дисциплины

Среди основных ***задач*** дисциплины можно выделить следующие:

– сформировать у будущих специалистов в области ПР и рекламной деятельности знания об основных этических понятиях, закономерностях формирования отношений в коллективе;

– дать систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессионально-нравственных отношений, их роли в профессиональной деятельности;

– помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности отражения ее в профессиональной этике; познакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики;

– показать, в чем состоит саморегулирование профессионального сообщества и как оно соотносится с профессиональной этикой;

– изложить базовые понятия о рекламе, рекламной и PR-деятельности с юридической точки зрения, совокупности правового и этического регулирования и их взаимосвязи;

– раскрыть содержание фундаментальных профессионально-этических ориентиров, формирующих профессионально-нравственную позицию; рассматриваемых мировым рекламным и ПР сообществом как стандарты профессионального поведения, ориентация на которые обеспечивает оптимальное взаимодействие;

– ознакомить студентов с практических рекомендации по применению нормативных актов.

1.3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 «Профессиональные этические кодексы» относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины гуманитарного и социально-экономического цикла» учебного плана.

Данный курс является важной составной частью профессионального образования будущих специалистов, работающих в области ПР и рекламной деятельности. Наряду с курсами «Культурология», «Основы культуры речи», «Имиджелогия», «Основы теории коммуникаций», он составляет основу их теоретико-практической подготовки.

Изучение такого явления, как профессиональная этика, овладение ее содержанием позволят начинающему рекламисту и специалисту в области связей с общественностью наполнить нравственным содержанием технологические моменты своей работы, постоянно держать в своем профессиональном сознании социальные ориентиры информационной деятельности, а, следовательно, работать более эффективно в социальном и профессиональном плане. Поэтому данная дисциплина, будучи крайне важной, изучается на ранней стадии профессионального образования – в четвертом семестре 2 курса. При этом более ранее изучение предмета нецелесообразно, поскольку у студента, как правило, еще нет того базового уровня знаний, который необходим для рассмотрения профессиональной этики. Сюда относятся как общетеоретические знания о рекламе и связях с общественностью как социальном институте, особенностях ее функционирования в обществе, так и практические навыки работы в СМИ.

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Преподавание профессиональной этики имеет сегодня особое значение. Современный социум лишь постепенно и весьма медленно преодолевает проблемы того перелома, с которым столкнулся в 90-е годы XX века. Среди этих проблем – и сложность в определении и осуществлении профессиональных задач, а, следовательно, и нравственных критериев работы. «Нравственная болезнь» российского и мировой социального сообщества имеет весьма глубокий характер. Молодому специалисту необходимо усвоить, что знание профессионально-этических критериев работы – важное средство эффективной работы. Необходимо внутренне принять эти нормы, применять их, несмотря на, подчас, сопротивление собственной профессиональной среды, находить этически правильный выход из сложных профессиональных ситуаций.

Компетенции обучающегося, формируемые данной дисциплиной, и их коды в соответствии с ФГОС ВО.

– способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия ***(ОК – 6)***

– способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации ***(ПК – 6)***

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК 6	способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	***знать:*** основные этические понятия и категории; в чем сущность профессиональной этики как науки о профессиональной морали и какова ее роль; содержание фундаментальных профессионально-этических представлений рекламного и ПР сообщества	***уметь:*** проявлять навыки самостоятельной профессионально-нравственной ориентации в процессе работы, свидетельствующие о достаточном уровне профессионально-этической зрелости; видеть при принятии решений в процессе профессионального поведения существующие альтернативы и выбирать вариант, сориентированный на моральные ценности профессионального сообщества	***владеть:*** навыками оценки своих поступков и поступков окружающих с точки зрения норм этики и морали; навыками поведения в коллективе и общения с гражданами в соответствии с нормами этикета
2.	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	***знать*** основные российские и зарубежные документы (кодексы, хартии, декларации) регулирующие правовую сторону профессиональной деятельности специалиста в области рекламы и ПР в настоящий период.	***суметь*** освоить принципы и методику поиска оптимальных этических решений в затруднительных ситуациях, с которыми сталкивается рекламист и специалист по связям с общественностью в повседневной практике.	***владеть*** спецификой ведения этикета деловых бесед и встреч;

Структура и содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

181.	Этика, мораль нравственность: основные понятия	4		2		2
182.	Этика, мораль нравственность: основные понятия	4		2		2
183.	Этика делового общения	4		2		2
184.	Профессиональная этика (ПЭ)	6		2		4
185.	Кодексы профессиональной этики	6		2		4
186.	Профессионально-этические кодексы, регламентирующие деятельность специалиста в области PR	6		2		4
187.	Комитеты и комиссии по профессиональной этике *Итоговое занятие*	6		2		3,8
	Итого по дисциплине:	36		14		21,8

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Вайпан, В.А. Правовое регулирование деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства. [Электронный ресурс]: моногр. — Электрон. дан. — М.: Юстицинформ, 2017. — 92 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/92937 — Загл. с экрана.
2. Философия : учеб. пособие / А.Т. Свергузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 180 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). —Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=548110

Автор РПД: д-р филол. наук, доц., проф. Патюкова Р.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.07.01
«История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Русский раздел»

Объем трудоемкости ЗФО: 3 ЗЕТ (108 часов, из них – 20,4 часов аудиторной нагрузки: лекционных 12 ч., практических 8 ч., ИКР – 0,4 ч., 80 часов самостоятельной работы, 7,6 ч. контроль).

Цель дисциплины:
Создать целостное представление о литературном процессе в России в историко-культурном контексте.
Задачи дисциплины:
- сформировать базовый понятийный аппарат;
- изучить основные памятники русской литературы;
- сформировать устойчивые навыки применения историко-литературных и историко-культурных знаний в рекламе и ПР.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:
Дисциплина Б1.В.ДВ.07.01 «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Русский раздел» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Дисциплина «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Русский раздел» в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является этапом в формировании и развитии компетенций, осваиваемых при изучении дисциплины Б1.В.ДВ.01.01 «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел». В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.07.01 «История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Русский раздел» является предшествующей для следующих дисциплин: Б1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии»; Б1.В.ДВ.13.02 «Журналистское мастерство в контексте рекламной и ПР-деятельности».

Требования к уровню освоения дисциплины
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-2	Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	основы гуманитарных, социальных, экономических дисциплин, отечественную историю, основы философии, культурологии, искусства, научные философские, религиозные картины мира	использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении	способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах
2.	ПК-5	Способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации	многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии, иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников	самостоятельно анализировать социально-политическую экономическую и научную литературу	способностью к критике, самокритике и работе в коллективе

Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(заочная форма)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов

		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5		7
188.	Литература в дохристианский период	16	2	1	-	13
189.	Древнерусская литература. Эпоха Ивана Грозного	16	2	1	-	13
190.	XVII век в истории русской литературы	18	2	2	-	14
191.	Русская литература эпохи Просвещения	18	2	2		14
	Итого по дисциплине:		8	6		54

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(заочная форма)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5		7
192.	Русская литература первой половины XIX в.	7	1		-	6
193.	Русская литература второй половины XIX в. и дооктябрьского периода XX в.	8	1	1	-	6
194.	Русская литература советского периода XX в.	8	1		-	7
195.	Русская литература конца XX – начала XXI в.	9	1	1	-	7
	Итого по дисциплине:		4	2	-	26

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*
Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Кирьянова Н.В. История мировой литературы и искусства: учебное пособие. – [Электронный ресурс] учебное пособие. - Москва: Флинта, 2014. - 470 с. - http://e.lanbook.com/book/51831.

Автор РПД: М.А. Шахбазян, д-р филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.07.02
«История мировой литературы и искусства в контексте рекламы и ПР. Русский раздел»

Объем трудоемкости ЗФО: 3 ЗЕТ (108 часов, из них – 20,4 часов аудиторной нагрузки: лекционных 12 ч., практических 8 ч., ИКР – 0,4 ч., 80 часов самостоятельной работы, 7,6 ч. контроль).

Цель дисциплины:
Создать целостное представление о литературном процессе, истории искусств и музыки в России.
Задачи дисциплины:
- сформировать базовый понятийный аппарат;
- изучить основные памятники русской литературы;
- познакомиться с шедеврами искусства и музыки России;
- сформировать устойчивые навыки применения историко-литературных и историко-культурных знаний в рекламе и ПР.

Место дисциплины в структуре ООП ВО:
Дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 «История мировой литературы и искусств в контексте рекламы и ПР. Русский раздел» относится к вариативной части Блока 1 учебного плана.

Дисциплина «История мировой литературы и искусств в контексте рекламы и ПР. Русский раздел» в соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью является этапом в формировании и развитии компетенций, осваиваемых при изучении дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «История мировой литературы и искусств в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел». В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.07.02 «История мировой литературы и искусств в контексте рекламы и ПР. Русский раздел» является предшествующей для следующих дисциплин: Б1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии»; Б1.В.ДВ.13.02 «Журналистское мастерство в контексте рекламной и ПР-деятельности».

Требования к уровню освоения дисциплины
Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	ОК-2	Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	основы гуманитарных, социальных, экономических дисциплин, отечественную историю, основы философии, культурологии, искусства, научные философские, религиозные картины мира	использовать полученные общие знания в профессиональной деятельности, профессиональной рекламе и коммуникации, межличностном общении	способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах
2.	ПК-5	Способностью реализовывать проекты и владеть методами их реализации	многообразии культур и цивилизаций в их взаимодействии, иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников	самостоятельно анализировать социально-политическую экономическую и научную литературу	способностью к критике, самокритике и работе в коллективе

Основные разделы дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(заочная форма)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5		7
196.	Литература в дохристианский период	16	2	1	-	13
197.	Древнерусская литература. Эпоха Ивана Грозного	16	2	1	-	13
198.	XVII век в истории русской литературы	18	2	2	-	14
199.	Русская литература эпохи Просвещения	18	2	2		14
	Итого по дисциплине:		8	6		54

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре *(заочная форма)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная Работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5		7
1.	Русская литература первой половины XIX в.	7	1		-	6
2.	Русская литература второй половины XIX в. и дооктябрьского периода XX в.	8	1	1	-	6
3.	Русская литература советского периода XX в.	8	1		-	7
4.	Русская литература конца XX – начала XXI в.	9	1	1	-	7
	Итого по дисциплине:		4	2	-	26

Курсовые проекты или работы: *не предусмотрены*
Вид аттестации: зачет

Основная литература:

- Кирьянова Н.В. История мировой литературы и искусства: учебное пособие. – [Электронный ресурс] учебное пособие. - Москва: Флинта, 2014. - 470 с. - http://e.lanbook.com/book/51831.

Автор РПД: М.А. Шахбазян, д-р филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.08.01
«Интернет-реклама»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, практических 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы, 0,2 ч. ИКР, 3,8 ч. зачет)*

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов знания и практические умения в области интернет-маркетинга, развития и продвижения бизнеса, используя все возможности Сети Интернет.

Задачи дисциплины:

Реализация данной цели предполагает решение следующих задач:
- Сформировать у студентов знание основных требований к эффективному веб-сайту;
- Ознакомить с ключевыми понятиями, категориями, методами интернет-маркетинга;
- Познакомить с зарубежным и отечественным опытом применения интернет-маркетинговых инструментов;
- Развить навыки студентов по участию в интернет;
- Создать у студентов навык общения, установления новых контактов через Интернет;
- Сформировать навыки работы в IT-команде, или IT-проекте.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интернет-реклама» входит в раздел «Б.1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Вариативная часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Региональный рекламно-информационный рынок».

Учебная дисциплина «Интернет-реклама» способствует углублению знаний и навыков, получаемых в процессе освоения базовых гуманитарных дисциплин и ряда профессиональных (профильных).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных х/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
2	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и	способы подготовки выпуска и производства рекламной продукции под контролем руководства	подготавливать и согласовывать с руководством рекламные проекты, включая текстовые графические и презентационные материалы	способностью под контролем руководства осуществлять подготовку рекламных и ПР-продуктов, а также их

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		презентационные материалы			распространение

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
200.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	5		1		4
201.	Продвижение сайта. Способы продвижения	7		1		6
202.	Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама	8		2		6
203.	Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге	5		1		6
204.	Анализ сайта. Конверсия сайта. *Итоговое занятие*	5		1		4
	Итого по дисциплине:			6		26

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Баркович, А.А. Интернет-дискурс: компьютерно-опосредованная коммуникация [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Баркович. - 2-е изд. - М. : Флинта, 2015. - 288 с. - https://e.lanbook.com/book/74582.

2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

Автор РПД: преподаватель Сергиенко В.А. канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.08.02
«Вирусная реклама»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, практических 6 ч.; 26 часов самостоятельной работы, 3,8 ч. зачет, 0,2 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов знания и практические умения в области вирусного интернет-маркетинга, развития и продвижения бизнеса, используя все возможности Сети Интернет.

Задачи дисциплины:
Реализация данной цели предполагает решение следующих задач:
- Сформировать у студентов знание основных требований к эффективному веб-сайту;
- Ознакомить с ключевыми понятиями, категориями, методами вирусного интернет-маркетинга;
- Познакомить с зарубежным и отечественным опытом применения вирусных интернет-маркетинговых инструментов;
- Развить навыки студентов по участию в вирусном интернет-маркетинге;
- Создать у студентов навык общения, установления новых контактов через Интернет;
- Сформировать навыки работы в IT-команде, или IT-проекте.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Вирусная реклама» входит в раздел «Б1. Гуманитарный, социальный и экономический цикл. Вариативная часть» ФГОС ВО по направлению подготовки «реклама и связи с общественностью».

Для изучения данной учебной дисциплины необходимы знания, умения и навыки, формируемые предшествующими дисциплинами: «Теория и практика массовой информации», «Основы маркетинга», «Региональный рекламно-информационный рынок».

Учебная дисциплина «Интернет-реклама» способствует углублению знаний и навыков, получаемых в процессе освоения базовых гуманитарных дисциплин и ряда профессиональных (профильных).

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности
2	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	способы подготовки выпуска и производства рекламной продукции под контролем руководства	подготавливать и согласовывать с руководством рекламные проекты, включая текстовые графические и презентационные материалы	способностью под контролем руководства осуществлять подготовку рекламных и ПР-продуктов, а также их распространение

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити	5		1		4
2.	Продвижение сайта. Способы продвижения	5		1		4
3.	Каналы вирусной Интернет-рекламы. Вирусная реклама	6		2		4
4.	Социальные сети и их роль в вирусном интернет-маркетинге	5		1		4
5.	Анализ сайта. Конверсия сайта. *Итоговое занятие*	11		1		10
6.	*Итого по дисциплине:*			6		26

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов / Чумиков, А.Н. - М. : Аспект Пресс, 2016. - 159 с. - https://e.lanbook.com/book/97267.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212

Автор РПД: преподаватель Сергиенко В.А. канд. ист. наук, доц. Виноградова К.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.09.01
«Работа с текстами в рекламе и ПР»

Объем трудоемкости ЗФО: 2 *ЗЕТ (72 часа, в том числе 6,2 контактных часа, из них 2 часа лекционных занятий, 4 часа лабораторных работ, 62 часа СРС, 3,8 ч. – контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цели дисциплины: основная цель освоения дисциплины «**Работа с текстами в рекламе и ПР**» - дополнить теоретические и прикладные знания учащихся новыми рекомендациями по текстовой деятельности в сфере рекламы, а также обучить их дополнительным практическим навыкам речевого общения в рекламной деятельности.

Задачи дисциплины:

- Углубить знания учащихся о стилистических особенностях рекламных текстов, расширить представление о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации
- Выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ,
- Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки учащихся, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере рекламы
- Обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных текстов, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера
- Дисциплина «Работа с текстами в рекламе и ПР» относится к дисциплинам вариативной части профессионального цикла Б.1. Предшествующие дисциплины «Социология», «Психология рекламы», «Копирайтинг», последующие дисциплины - «Теория и практика медиатекста».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.
Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК)
2.

Код компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	**Уметь**	**Владеть**
ОПК 3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	Осуществлять литературное редактирование текстов рекламе и ПР	навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для рекламы и ПР
ПК 8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	Разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	Навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности

Структура дисциплины
Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
205.	Стратегии и тактики разработки рекламного продукта.	10	2	-	-	8
206.	Бриф в рекламе Типовая структура брифа.	10	-	-	2	8
207.	Манипулятивные приемы рекламного текста	6	-	-	-	8
4	НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламе.	8	-	-	2	6
5	Оригинальные психологические теории рекламы	6	-	-	-	6
6	Национально-культурная специфика восприятия рекламного текста	8	-	-	2	6
7	Психологическая экспертиза рекламы.	6	-	-	-	6
8	Типичные ошибки рекламистов	6	-	-	-	6
	Всего	72	2	-	6	62

Курсовые работы не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

5.1 Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280

2. Филиппова, Л.С. Современный русский язык. Морфемика. Словообразование: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 248 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/1407

Автор РПД: д.ф.н.,профессор Демина Л.И.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.09.02
«Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов»

Объем трудоемкости ЗФО: 2 *ЗЕТ (72 часа, в том числе 6,2 контактных часа, из них 2 часа лекционных занятий, 4 часа лабораторных работ, 62 часа СРС, 3,8 ч. – контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цели дисциплины: основная цель освоения дисциплины «**Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов**» - дополнить теоретические и прикладные знания учащихся новыми рекомендациями по текстовой деятельности в сфере рекламы и ПР, а также обучить их дополнительным практическим навыкам литературного редактирования рекламных и ПР-текстов.

Задачи дисциплины:

- Углубить знания учащихся о стилистических особенностях рекламных и ПР-текстов, расширить представление о рекламных жанрах на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации;
- Выработать умение создавать эффективные по своему воздействию рекламные и ПР-тексты в зависимости от рекламного носителя или СМИ;
- Повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки учащихся, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей журналистской деятельности в сфере рекламы и ПР;
- Обучить методологии и практике экспертирования продуктивных рекламных и ПР-текстов, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умении провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина Б1.В.ДВ.09.02 «Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов» относится к дисциплинам вариативной части профессионального цикла Б1. Предшествующие дисциплины «Социология», «Психология рекламы», «Копирайтинг», последующие дисциплины - «Теория и практика медиатекста».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных/профессиональных компетенций (ОК/ОПК/ПК)

3.

Код компетенции	Формулировка компетенции из ФГОС	Профильное наполнение компетенции		
		Знать	Уметь	Владеть
ОПК 3	обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	Особенности создания текстов рекламы и связей с общественностью	Осуществлять литературное редактирование текстов рекламе и ПР	навыками литературного редактирования, копирайтинга текстов для рекламы и ПР
ПК 8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Способы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, методы их реализации на практике	Разрабатывать различные проекты рекламных и ПР-продуктов	Навыками разработки и подготовки материалов и продуктов для рекламной деятельности

Структура дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
208.	Стратегии и тактики разработки рекламного и ПР-продукта.	10	2	-	-	8
209.	Бриф в рекламе Типовая структура брифа.	10	-	-	2	8
210.	Манипулятивные приемы рекламного и ПР-текста	6	-	-	-	8
4	НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламе и ПР.	8	-	-	2	6
5	Оригинальные психологические теории рекламы и ПР	6	-	-	-	6
6	Национально-культурная специфика восприятия рекламного и ПР-текста	8	-	-	2	6
7	Психологическая экспертиза рекламы и ПР.	6	-	-	-	6
8	Типичные ошибки рекламистов и ПР-специалистов	6	-	-	-	6
	Всего	72	2	-	6	62

Курсовые работы не предусмотрены

Вид аттестации: зачет

Основная литература:

1. Измайлова, М.А. Психология рекламной деятельности [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 444 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56280
2. Филиппова, Л.С. Современный русский язык. Морфемика. Словообразование: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ФЛИНТА, 2014. — 248 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/1407

Автор РПД: доктор фил.наук, профессор Л.И. Демина

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.10.01
«Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»

Объем трудоемкости: 2 *зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лекционных 4 ч., лабораторных 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины - усвоение и практическое применение студентами основных положений общей теории права, а также российского публичного и частного права. В рамках дисциплины изучаются основы таких отраслей публичного права, как конституционное (государственное), административное, финансовое и уголовное.

Задачи дисциплины:

- изучить основные принципы правового регулирования вопросов информации и печати; рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
-выявить современные механизмы и принципы саморегулирования в связях с общественностью и рекламной деятельности;
- рассмотреть законы, обеспечивающие правовое регулирование деятельности средств массовой информации.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина входит в перечень курсов вариативной части профессионального цикла ООП. Она имеет последующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами гуманитарного, социального и экономического цикла «Социология», дисциплинами профессионального цикла «Теория и практика массовой информации».

Дисциплина основана на общегуманитарных знаниях, создающих фундамент для многоаспектного рассмотрения теории правого регулирования рекламной деятельности и связей с общественностью современном обществе. Для освоения дисциплины необходимы знания о правовых процессах в России и за рубежом, об особенностях функционирования социальных институтов, о роли СМИ в формировании интересов гражданского общества в эпоху глобализации. Сегодня, в информационном обществе, коммуникативная компетентность личности чрезвычайно востребована – в системе профессиональной подготовки специалиста она выступает одним из приоритетов.

Дисциплина направлена на формирование у будущих специалистов коммуникативной компетентности, проявляющуюся в знании механизмов правого регулирования деятельности по связям с общественностью и рекламы.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	*ОК4*	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	специфику рекламного законодательства РФ;	организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы;	навыками сбора и анализа информации
2.	*ПК13*	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	основные направления рекламно-информационной деятельности;	организовать рекламные кампании и мероприятия;	навыками проведения рекламных кампаний и мероприятий

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
11	Правовое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему	17	1		1	15
12.	Направления регулирования рекламной деятельности	17	1		1	15
13.	Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России	17	1		1	15
14.	Правовое регулирование различных способов распространения рекламы. *Итоговое занятие*	17	1		1	15
	Итого по дисциплине:		4		4	60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Губин, Е. П. Государственное регулирование рыночной экономики и предпринимательства: правовые проблемы [Электронный ресурс] : монография / Е. П. Губин. - М. : Норма : ИНФРА-М, 2017. - 316 с. - http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=854321.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 336 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93373.

Автор РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.10.02
«Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности»

Объем трудоемкости: 2 *зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лекционных 4 ч., лабораторных 4 ч.; 60 часов самостоятельной работы; 3,8 часа контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины - усвоение и практическое применение студентами основных положений общей теории права, а также российского публичного и частного права. В рамках дисциплины изучаются основы таких отраслей публичного права, как конституционное (государственное), административное, финансовое и уголовное.

Задачи дисциплины:
- изучить основные принципы правового регулирования вопросов информации и печати; рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью;
-выявить современные механизмы и принципы саморегулирования в связях с общественностью и рекламной деятельности;
- рассмотреть законы, обеспечивающие правовое регулирование деятельности средств массовой информации.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности» относится к вариативной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина входит в перечень курсов вариативной части профессионального цикла ООП. Она имеет последующие логические и содержательно-методические связи с дисциплинами гуманитарного, социального и экономического цикла «Социология», дисциплинами профессионального цикла «Теория и практика массовой информации».

Дисциплина основана на общегуманитарных знаниях, создающих фундамент для многоаспектного рассмотрения теории правого регулирования рекламной деятельности и связей с общественностью современном обществе. Для освоения дисциплины необходимы знания о правовых процессах в России и за рубежом, об особенностях функционирования социальных институтов, о роли СМИ в формировании интересов гражданского общества в эпоху глобализации. Сегодня, в информационном обществе, коммуникативная компетентность личности чрезвычайно востребована – в системе профессиональной подготовки специалиста она выступает одним из приоритетов.

Дисциплина направлена на формирование у будущих специалистов коммуникативной компетентности, проявляющуюся в знании механизмов правого регулирования деятельности по связям с общественностью и рекламы.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Правовое регулирование рекламно-информационной деятельности» направлен на формирование следующих компетенций:

общекультурных компетенций (ОК):
- способность использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (**ОК-4**);

профессиональных компетенций (ПК):
- способность под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (**ПК-13**);

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ОК-4**	способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	*знать* специфику рекламного законодательства РФ;	*уметь* организовать свою самостоятельную работу по изучению основной и дополнительной литературы;	*владеть* навыками сбора и анализа информации
2	**ПК-13**	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	*знать* основные направления рекламно-	*уметь* организовать рекламные кампании и	*владеть* навыками проведения рекламных

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
			информационной деятельности;	мероприятия;	кампаний и мероприятий

Основные разделы дисциплины

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
15	Правовое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему	17	1	-	1	15
16.	Направления регулирования рекламной деятельности	17	1	-	1	15
17.	Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России	17	1	-	1	15
18.	Правовое регулирование различных способов распространения рекламы. *Итоговое занятие*	17	1	-	1	15
	Итого по дисциплине:		4	-	4	60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Городов, О. А. Информационное право [Электронный ресурс] : учебник для бакалавров / О. А. Городов. - 2-е изд. - Москва : Проспект, 2016. - 303 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=444004.
2. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 336 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93373.

Автор РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.11.01
«Мастер-класс 1»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 8,2 контактных часа, практических 8 часов; 24 часа самостоятельной работы, 3,8 ч. зачет, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области управления профессиональной деятельностью по рекламе и связям с общественностью, а также соответствующими организационными формами, от самостоятельного предприятия до департамента или отдела в структуре организации.

Рабочая программа дисциплины «Мастер-класс 1» включает изучение следующих вопросов: формирование у обучающихся практических навыков в создании эффективных стратегий продвижения товаров или услуг на рынок, необходимости изучения форм и инструментов маркетинговых коммуникаций, а также процессы планирования и реализации коммуникационной политики предприятия в целом; раскрытия специфических проблем и способы их решения в области формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задачи дисциплины:

Главной задачей дисциплины «Мастер-класс 1» является ознакомление студентов с понятиями о продуктивных тактиках и стратегиях маркетинговых коммуникаций. Следует ознакомить студентов с продуктивными моделями маркетинговых коммуникаций, а так же сформировать практические навыки текстовой деятельности в сфере маркетинга.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.11.01 Мастер-класс 1 относится к вариативной части дисциплин по выбору учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Мастер-класс 1» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Учебная дисциплина «Мастер-класс 1» занимает важное место в системе других учебных дисциплин.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 6**	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	основные правила создания эффективной коммуникативной структуры	участвовать в создании эффективной коммуникативной структуры организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию	навыками создания и проведения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации
2.	**ПК 7**	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; виды и особенности планирования, подготовки и проведения	участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; выполнять профессиональные функции планирования,	навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
			коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью	подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью	

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Комплекс маркетинговых коммуникаций и реклама	5	-	1	-	4
2.	Рекламное агентство как необходимый субъект рекламного рынка	5	-	1	-	4
3.	Организация рекламной деятельности предприятия.	6	-	2	-	4
4.	Разработка и проведение рекламной кампании	8	-	2	-	6
5.	Разработка и проведение PR-кампании. *Итоговое занятие*	8	-	2	-	6
	Итого по дисциплине:			8		24

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Поляков, Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2017. - 502 с. - https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212

Авторы РПД: к.ф.н., доц. Никулин И.О., ст. преп. Тарасенко Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.11.02
«Мастер-класс 2»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 8,2 контактных часа, практических 8 часов; 24 часа самостоятельной работы, 3,8 ч. контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области управления профессиональной деятельностью по рекламе и связям с общественностью, а также соответствующими организационными формами, от самостоятельного предприятия до департамента или отдела в структуре организации.

Рабочая программа дисциплины «Мастер-класс 2» включает изучение следующих вопросов: формирование у обучающихся практических навыков в создании эффективных стратегий продвижения товаров или услуг на рынок, необходимости изучения форм и инструментов маркетинговых коммуникаций, а также процессы планирования и реализации коммуникационной политики предприятия в целом; раскрытия специфических проблем и способы их решения в области формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задачи дисциплины:

Главной задачей дисциплины «Мастер-класс 2» является ознакомление студентов с понятиями о продуктивных тактиках и стратегиях маркетинговых коммуникаций. Следует ознакомить студентов с продуктивными моделями маркетинговых коммуникаций, а так же сформировать практические навыки текстовой деятельности в сфере маркетинга.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.11.02 «Мастер-класс 2» относится к вариативной части дисциплин по выбору учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Мастер-класс 2» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Учебная дисциплина «Мастер-класс 2» занимает важное место в системе других учебных дисциплин.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Мастер-класс 2» направлен на формирование следующих компетенций:

– способность участвовать в создании эффективной коммуникативной инфраструктуры организации, обеспечение внешней и внутренней коммуникации ***(ПК – 6);***

– способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий ***(ПК – 7);***

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 6**	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	основные правила создания эффективной коммуникативной структуры	участвовать в создании эффективной коммуникативной структуры организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию	навыками создания и проведения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации
2.	**ПК 7**	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; виды и особенности планирования, подготовки и проведения	участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий; выполнять профессиональные функции планирования,	навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
			коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью	подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью	

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Комплекс маркетинговых коммуникаций и реклама	7	-	2	-	5
2.	Рекламное агентство как необходимый субъект рекламного рынка	7	-	2	-	5
3.	Организация рекламной деятельности предприятия.	7	-	2	-	5
4.	Разработка и проведение рекламной кампании	7	-	1	-	6
5.	Разработка и проведение PR-кампании. *Итоговое занятие*	4	-	1	-	3
	Итого по дисциплине:		-	8	-	24

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267.
2. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Авторы РПД: к.ф.н., доц. И.О. Никулин, преп. Тарасенко Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.12.01
«Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8,2 ч. контактных часов: лабораторных 8 часов, ИКР 0,2 ч.; 60 часов – СР, 3,8 ч. зачет, 0,2 ч. ИКР)

Цель дисциплины: ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных кампаний; развитие умения практически использовать полученные знания в ходе последующего обучения.

Задачи дисциплины:

Основные задачи курса определяются современным пониманием стратегий планирования и проведения рекламных и кампаний:

1) умение прогнозировать, оценивать специфику стратегического управления организацией в области маркетинга, рекламы.
2) развитие навыков творческого мышления в области социального проектирования;
3) умение прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов;
4) решения конкретных задач с помощью современных технологий стратегических рекламы.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.02 «Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании» относится к вариативной части Блока «Дисциплины по выбору" учебного плана.

Данный курс связан с такими дисциплинами, как «Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций», «Основы имиджелогии» и «Имиджмейкинг».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-7**	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Специфику планирования, подготовки и проведения коммуникацио нных кампаний и мероприятий	Планировать, готовить и проводить коммуникацион ные кампании и мероприятия.	Навыками планирования, подготовки и проведения коммуникацион ных кампаний и мероприятий
2.	**ПК-13**	Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Специфику осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий	Осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия	Навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий
3.	**ПК-14**	Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы	Специфику реализации знаний в сфере рекламы и	Реализовывать знания в области рекламы как сферы	Навыками реализации знаний в сфере рекламы и

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		профессиональной деятельности	связей с общественност ью	профессиональн ой деятельности	связей с общественность ю

Основные разделы дисциплины:
Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и основные форматы проектной деятельности в рекламе	8			1	7
2.	Проектирование рекламных кампаний	9			1	8
3.	Анализ ситуации и постановка целей кампании	8			1	7
4.	Изучение целевой аудитории	8			1	7
5.	Стратегия и тактика планирования рекламной кампании	9			1	8
6.	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	9			1	8
7.	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	9			1	8
8.	Оценка эффективности проекта рекламной кампании. *Итоговое занятие*	8			1	7
	Итого по дисциплине:				8	60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Поляков, Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2017. - 502 с. - https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.
2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458
3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов

вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866

4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
5. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Авторы РПД – к.ф.н., доц. кафедры рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н., преп. кафедры рекламы и связей с общественностью Сергиенко В.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.12.02
«Рекламно-информационный практикум»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 часа, из них – 8,2 ч. контактных часов: лабораторных 8 часов, ИКР 0,2 ч.; 60 часов – СР, 3,8 ч. зачет, 0,2 ч. ИКР)

Цель дисциплины: ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных кампаний; развитие умения практически использовать полученные знания в ходе последующего обучения.

Задачи дисциплины:

Основные задачи курса определяются современным пониманием стратегий планирования и проведения рекламных и кампаний:
1) умение прогнозировать, оценивать специфику стратегического управления организацией в области маркетинга, рекламы.
2) развитие навыков творческого мышления в области социального проектирования;
3) умение прогнозировать развитие социальных и коммуникативных процессов;
4) решения конкретных задач с помощью современных технологий стратегических рекламы.

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.12.02 «Рекламно-информационный практикум» относится к вариативной части Блока «Дисциплины по выбору" учебного плана.

Данный курс связан с такими дисциплинами, как «Основы интегрированных маркетинговых коммуникаций», «Основы имиджелогии» и «Имиджмейкинг».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-7**	Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Специфику планирования, подготовки и проведения коммуникацио нных кампаний и мероприятий	Планировать, готовить и проводить коммуникацион ные кампании и мероприятия.	Навыками планирования, подготовки и проведения коммуникацион ных кампаний и мероприятий
2.	**ПК-13**	Способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Специфику осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий	Осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия	Навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий
3.	**ПК-14**	Способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы	Специфику реализации знаний в сфере рекламы и	Реализовывать знания в области рекламы как сферы	Навыками реализации знаний в сфере рекламы и

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		профессиональной деятельности	связей с общественност ью	профессиональн ой деятельности	связей с общественность ю

Основные разделы дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Понятие и основные форматы проектной деятельности в рекламе	8			1	7
2.	Проектирование рекламных кампаний	9			1	8
3.	Анализ ситуации и постановка целей кампании	8			1	7
4.	Изучение целевой аудитории	8			1	7
5.	Стратегия и тактика планирования рекламной кампании	9			1	8
6.	Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании	9			1	8
7.	Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний	9			1	8
8.	Оценка эффективности проекта рекламной кампании. *Итоговое занятие*	8			1	7
	Итого по дисциплине:				8	60

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Поляков, Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2017. - 502 с. - https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.
2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458
3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014.

— 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
5. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Авторы РПД – к.ф.н., доц. кафедры рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н., преп. кафедры рекламы и связей с общественностью Сергиенко В.А.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.13.01
«Работа в творческой студии»

Объем трудоемкости (ЗФО): *1 зачетная единица (36 часов, из них – 10,2 часов аудиторной нагрузки: лабораторных 10 ч., самостоятельная работа - 22 ч., контроль – 3,8 ч., ИКР 0,2 ч.)*

Цель освоения дисциплины – изучить на практике специфику работы в творческой студии рекламы и связей с общественностью; сформировать у будущих специалистов практические навыки в области работы современных российских пресс-служб, отделов пресс-служб, рекламы и ПР.

Задачи дисциплины:

Основные задачи дисциплины Б.1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии»:

– овладение теоретическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;

– понимание процессов, связанных с работой современных пресс-служб;

– привитие студентам знаний и умений в области информационной работы государственных учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения;

– знакомство с основными функциями и особенностями работы пресс-служб разных уровней власти, общественных организаций и коммерческих структур.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Учебная дисциплина Б.1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии» входит в состав вариативной части профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина Б.1.В.ДВ.13.01 «Работа в творческой студии» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении преддипломной практики.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-8**	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;	специфику организации и проведения PR-мероприятий силами профильной организацион ной структуры	применять принципы проведения PR-мероприятий силами профильной организационн ой структуры	навыками PR-мероприятий силами профильной организационн ой структуры
2.	**ПК-16**	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	основы редакционной работы в аспекте подготовки управленческих и PR-документов	использовать навыки редакционной работы в аспекте подготовки управленческих и PR-документов	Навыками редакционной работы в аспекте подготовки управленческих и PR-документов

Основные разделы дисциплины для заочной формы обучения:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(заочная форма).*

		Количество часов

№	Наименование разделов	Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Структура и принципы организации современной пресс-службы.	5			1	4
2.	Формы и методы работы современной пресс- службы со СМИ, общественностью и политическими организациями.	6			1	5
3.	Планирование и организация работы пресс-службы .	7			2	5
	Итого по дисциплине:	18			4	14

Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(заочная форма).*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ	7			2	5
2.	Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов, пресс-туров	7			2	5
	Итого по дисциплине:	14			4	10

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Куприянов, Д. В. Информационное и технологическое обеспечение профессиональной деятельности [Электронный ресурс] : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Д. В. Куприянов. - М. : Юрайт, 2017. - 255 с. - https://biblio-online.ru/book/8BEFA5DE-285A-4729-A495-13B7EC21A21D.
2. Марусева, И. В. Творческая реклама: приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс] : монография / И. В. Марусева. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 419 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=276141&sr=1

Автор (ы) РПД___преподаватель, Минская А.Н..
Ф.И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.13.02
«Журналистское мастерство в контексте рекламной и ПР-деятельности»

Объем трудоемкости (ЗФО): *1 зачетная единица (36 часов, из них – 10,2 часов аудиторной нагрузки: лабораторных 10 ч., самостоятельная работа - 22 ч., контроль – 3,8 ч., ИКР 0,2 ч.)*

Цель дисциплины: – изучить на практике специфику журналистской деятельности в сфере связей с общественностью; сформировать у будущих специалистов практические навыки в области работы современных российских пресс-служб, отделов пресс-служб, ПР.

Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.13.02 Журналистское мастерство в контексте ПР-деятельности»:

– овладение теоретическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;

– понимание процессов, связанных с работой современных пресс-служб;

– привитие студентам знаний и умений в области информационной работы государственных учреждений со СМИ и общественностью;

– пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения;

– знакомство с основными функциями и особенностями работы пресс-служб разных уровней власти, общественных организаций и коммерческих структур.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.13.02 «Журналистское мастерство в контексте ПР-деятельности» входит в раздел ФГОС «Профессиональный цикл. Вариативная часть» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Журналистское мастерство в контексте ПР-деятельности» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых для работы в пресс-службе, отделе рекламы и связей с общественностью.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	ПК-8	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;	специфику организации и проведения PR-мероприятий силами профильной организационной структуры	применять принципы проведения PR-мероприятий силами профильной организационной структуры	навыками PR-мероприятий силами профильной организационной структуры
2	ПК-16	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску,	Особенности подготовки к выпуску, производство и	Осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и	Навыками под контролем осуществлять

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Основные разделы дисциплины для заочной формы обучения:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре *(заочная форма).*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
211.	Анализ основных принципов работы с информацией. Изучение структуры текста и способов его подачи.	5			1	4
212.	Понятие зарисовки, ее свойства и виды (портретная, бытовая, пейзажная и т.п.)	5			1	4
213.	Заметка как способ подачи информации. Структура и характеристики заметок.	8			2	6
	Итого по дисциплине:	18			4	14

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины. Разделы дисциплины, изучаемые в 8 семестре *(заочная форма).*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Принципы создания интервью. Стадии (подготовка, вычитка) и стили (агрессивное, диалог, опрос и т.п.).	7			2	5
2.	Профессиональная этика и моральные аспекты работы журналиста.	7			2	5
	Итого по дисциплине:	14			4	10

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Бобров, А.А. Литературная работа журналиста : учебное пособие / А.А. Бобров. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 269 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9015-4 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454834

2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458

Автор (ы) РПД преподаватель, Минская А.Н..
Ф.И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.14.01
«Спецсеминар 1»

Объем трудоемкости:*1 зачетная единица (36 часов, из них – 24,2 часа контактной работы, 11практических 24 часа.; 11,8 часа самостоятельной работы, ИКР 0,2 ч.)*

Цель освоения дисциплины – формирование у студентов системы знаний теории деловых коммуникаций, развитие навыков эффективных коммуникаций: деловая беседа, телефонные переговоры, публичные выступления, переговоры, работа с документами.

Рабочая программа дисциплины «Спецсеминар 1» позволят в определенной степени упредить возможные проблемы, которые возникают в деловом мире в сфере партнерских отношений и сформировать у будущих специалистов именно те деловые качества, которые позволят им стать полноценными партнерами в мире бизнеса и предпринимательства.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается ознакомление студентов с понятиями о формировании понимания социально-психологических основ делового общения; развитии навыков организации делового общения (деловой беседы, публичных выступлений, переговоров, работы с деловыми документами);выявлении роли различных факторов, снижающих эффективность процессов делового общения; формировании основ этики и этикета делового общения.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.01 «Спецсеминар 1» относится к Вариативной части дисциплин по выбору учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Спецсеминар 1» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Учебная дисциплина «Спецсеминар 1» занимает важное место в системе других учебных дисциплин.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Спецсеминар 1» направлен на формирование следующих компетенций:

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

обучающихся *общекультурных/профессиональных* компетенций (*ОК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 1**	способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	основы управленческой деятельности и организации работы рекламных служб, технологию оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, особенности и технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, методы оценки эффективности рекламной	выполнять профессиональные функции по управлению, организации, планированию и оперативному контролю рекламной работы и деятельности по связям с общественностью, применять соответствующие технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, использовать	навыками управления, организации, плани- рованияи оперативного навыками контроля рекламной работы и деятельности по связям с общественностью, применения соответствующих технологий проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, использования методов оценки эффективности

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
			деятельности и связей с общественностью	методы оценки эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью; планировать эффективность рекламных и PR-кампаний, осуществлять оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью	деятельности в области рекламы и связей с общественностью

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	**Тема 1**. Понятие делового общения, его структура и характеристики. Вербальные средства коммуникации.	-	-	4	-	-
2.	**Тема 2.** Невербальные средства коммуникации	-	-	4	-	2
3.	**Тема 3.** Коммуникативная сторона делового общения	-	-	2	-	2
4.	**Тема 4.** Интерактивная сторона делового общения	-	-	2	-	2
5.	**Тема 5.** Формы делового общения	-	-	2	-	2
6.	**Тема 6.** Принципы деловой этики	-	-	2	-	2
7.	**Тема 7.** Конфликты в деловом общении	-	-	4	-	2
8.	**Тема 8.** Этикет в деловом общении	-	-	4	-	-
9	**Вид промежуточной аттестации (зачет)**	3				
	Итого по дисциплине:			10		22

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Годин, А.М. Брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 184 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56182
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. —

Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212

Авторы РПД: к.ф.н., доц. И.О. Никулин, преп. Тарасенко Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.14.02
«Спецсеминар 2»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 10,2 контактных часа, практических 10 часов; 22 часа самостоятельной работы, 3,8 ч. зачет, 0,2 ч. ИКР).*

Цель освоения дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области управления профессиональной деятельностью по рекламе и связям с общественностью, а также соответствующими организационными формами, от самостоятельного предприятия до департамента или отдела в структуре организации.

Рабочая программа дисциплины «Мастер-класс 2» включает изучение следующих вопросов: формирование у обучающихся практических навыков в создании эффективных стратегий продвижения товаров или услуг на рынок, необходимости изучения форм и инструментов маркетинговых коммуникаций, а также процессы планирования и реализации коммуникационной политики предприятия в целом; раскрытия специфических проблем и способы их решения в области формирования интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Задачи дисциплины:

Главной задачей дисциплины «Спецсеминар 2» является ознакомление студентов с понятиями о продуктивных тактиках и стратегиях маркетинговых коммуникаций. Следует ознакомить студентов с продуктивными моделями маркетинговых коммуникаций, а так же сформировать практические навыки текстовой деятельности в сфере маркетинга.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.14.02 «Спецсеминар 2» относится к Вариативной части дисциплин по выбору учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Роль и значение учебной дисциплины «Спецсеминар 2» состоит в формировании профессиональных знаний и аналитико-проекционных навыков бакалавра. Учебная дисциплина «Спецсеминар 2» занимает важное место в системе других учебных дисциплин.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных / профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 1**	Способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению	- основные правила создания эффективной коммуникативной структуры; - основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий; виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере	- участвовать в создании эффективной коммуникативной структуры организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникацию	- навыками создания и проведения эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечения внутренней и внешней коммуникации

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
		товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;	рекламной работы и деятельности по связям с общественностью		

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 9 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Комплекс маркетинговых коммуникаций и реклама	6	-	2	-	4
2.	Рекламное агентство как необходимый субъект рекламного рынка	6	-	2	-	4
3.	Организация рекламной деятельности предприятия.	6	-	2	-	4
4.	Разработка и проведение рекламной кампании	6	-	2	-	4
5.	Разработка и проведение PR-кампании. *Итоговое занятие*	8	-	2	-	6
	Итого по дисциплине:			10		22

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Годин, А.М. Брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2013. — 184 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56182
2. Поляков, Владимир Александрович. Разработка и технологии производства рекламного продукта [Электронный ресурс] : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Поляков, А. А. Романов. - Москва : Юрайт, 2017. - 502 с. - https://biblio-online.ru/book/1BF53170-0D1A-43E0-A621-D5AD21B3C08E.
3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2015. — 488 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210
5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2014. — 324 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56212

Авторы РПД: к.ф.н., доц. И.О. Никулин, преп. Тарасенко Е.В.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.15.01
«Выпуск рекламной / корпоративной газеты, сетевого издания»

Объем трудоемкости: *2 зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лабораторных 8 ч., самостоятельная работа - 60 ч., контроль – 3,8 ч., 0,2 ч. ИКР)*

Цель дисциплины: изучить на практике специфику создания номера рекламного/корпоративного, сетевого издания, его структуры, особенности подготовки материалов, редакционной подготовки и издательского технологического цикла рекламного/корпоративного и сетевого издания.

Задачи дисциплины: разработать концепцию издания, его макет, работая в группе, как единый авторский коллектив; при организации работы редакции, разработке рекламной/корпоративной газеты, сетевого издания уметь учитывать системную и ролевую структуру коллектива; распределить между студентами профессиональные функции редактора, обозревателя, корреспондента, фотожурналиста, корректора; на практике продемонстрировать весь редакционно-издательских процесс в системе включенного наблюдения; подготовить номер печатного корпоративного издания.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина входит в раздел Б1.В.ДВ.15.01 ФГОС «Профессиональный цикл. Вариативная часть» по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Выпуск рекламной/корпоративной газеты, сетевого издания» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении учебно-ознакомительной и производственной практики.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**Уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	- основные ключевые элементы процесса создания корпоративного рекламного и сетевого издания; - технологический цикл по подготовке и выпуску в свет издательской и сетевой продукции рекламного характера;	- разрабатывать концепции издания, тематическое наполнение, планирование; - реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;	- навыками работы в отделе рекламы, маркетинга; - современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами.
2.	**ПК 16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение	технологии и стратегические моменты управления сегментами современных корпоративных сетевых изданий,	- реализовывать характерные особенности и функции корпоративной/ рекламной газеты во внешней и	навыками создания самостоятельного продукта – рекламного сетевого, корпоративного

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**Уметь**	**Владеть**
		рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;	детальную разработку дизайна учебного корпоративного издания; - виды и типы корпоративных СМИ;	внутренней среде; - разрабатывать корпоративные СМИ с учетом типологической специфики; - модели издания содержательной, композиционной графической;	издания: создание карты проекта, написание и утверждение «Положения о корпоративном, рекламном или сетевом издании; - составление и утверждение бюджета, написание материалов и подборе фото-иллюстративного материала; - создание макета издания и предпечатной подготовки, особенности печати и распространения.

Основные разделы дисциплины

Разделы, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
214.	Раздел 1. Современное состояние и тенденции развития печатных периодических изданий	9			1	8
215.	Раздел 2. Разработка концепции издания	9			1	8
216.	Раздел 3. Детальная разработка формата, структуры, дизайна учебного издания	9			1	8
217.	Раздел 4. Авторская работа над содержанием выпуска. *Итоговое занятие*	9			1	8
	Итого по дисциплине:				4	32

Разделы, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Раздел 5. Корректура планируемых публикаций	8			1	7
2.	Раздел 6. Формирование номера издания	8			1	7
3.	Раздел 7. Окончательная сверка номера	8			1	7
4.	Раздел 8.Выпуск издания. *Итоговое занятие*	8			1	7
	Итого по дисциплине:				4	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Бернадская, Ю. С. Звук в рекламе [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю. С. Бернадская. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 135 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=436693&sr=1.
2. Подготовка рекламного и PR-текста [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. - Москва : Юрайт, 2017. - 159 с. - https://www.biblio-online.ru/viewer/86510952-F1FB-43E9-AC0B-27A3F64299D4#page/1

Автор (ы) РПД преподаватель Минская А.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.15.02
«Выпуск рекламной / корпоративной теле-, радио программы»

Объем трудоемкости: *2 зачетных единицы (72 часа, из них – 8,2 контактных часа, лабораторных 8 ч., самостоятельная работа - 60 ч., контроль – 3,8 ч., 0,2 ч. ИКР)*

Цель дисциплины – изучить на практике специфику создания рекламного/корпоративного теле, радиопрограммы, их структуру, особенности подготовки материалов, редакционной подготовки и технологического цикла.

Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.15.02 «Выпуск рекламной/корпоративной теле, радио программы»:

– разработать концепцию теле, радиопрограммы, работая в группе, как единый авторский коллектив;
– при организации работы, разработке рекламной/корпоративной теле, радиопрограммы, уметь учитывать системную и ролевую структуру коллектива;
– распределить между студентами профессиональные функции редактора, корреспондента, корректора;
– на практике продемонстрировать полный цикл подготовки корпоративной теле, радиопрограммы в системе включенного наблюдения;
– подготовить теле, радиопрограммы.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.15.02 «Выпуск рекламной/корпоративной теле, радио программы» входит в раздел Б1.В.ДВ.15.02 ФГОС «Профессиональный цикл. Вариативная часть» по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Выпуск рекламной/корпоративной теле, радио программы» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Выпуск рекламной/корпоративной теле, радио программы» направлен на формирование следующих компетенций:

– способность организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
– способность под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**Уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	***знать*** основные ключевые элементы процесса создания корпоративного рекламного и сетевого издания; технологический цикл по подготовке и выпуску в свет издательской и сетевой продукции рекламного характера;	***уметь*** разрабатывать концепции издания, тематическое наполнение, планирование; реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности;	***владеть*** навыками работы в отделе рекламы, маркетинга; современными технологиями профессиональной деятельности, навыками проведения ситуационного анализа, принципами ведения переговоров, навыками работы с рекламными и PR-текстами.
2.	**ПК 16**	Способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;	***знать*** технологии и стратегические моменты управления сегментами современных корпоративных сетевых изданий, детальную разработку дизайна учебного корпоративного издания. Виды и типы корпоративных СМИ;	***уметь*** реализовывать характерные особенности и функции корпоративной/ рекламной газеты во внешней и внутренней среде; разрабатывать корпоративные СМИ с учетом типологической специфики – модели издания содержательной, композиционной графической;	***владеть*** навыками создания самостоятельного продукта – рекламного сетевого, корпоративного издания: создание карты проекта, написание и утверждение «Положения о корпоратив-ном, рекламном или сетевом издании, составление и утверждение бюджета, написание материалов и подборе фото-илюстративного материала, создание макета издания и предпечатной подготовки, особенности печати и распространения.

Основные разделы дисциплины

Разделы, изучаемые в 7 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7

218.	*Раздел 1. Современное состояние и тенденции развития ТВ и радио*	9			1	8
219.	*Раздел 2. Разработка концепции ТВ и радио программы*	9			1	8
220.	*Раздел 3. Детальная разработка формата ТВ и радио программы*	9			1	8
221.	*Раздел 4. Авторская работа над содержанием*	9			1	8
	Итого по дисциплине:	36			4	32

Разделы, изучаемые в 8 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
5.	*Раздел 5. Корректура планируемых программ*	8			1	7
6.	*Раздел 6. Формирование контента программ*	8			1	7
7.	*Раздел 7. Окончательная редактура*	8			1	7
8.	*Раздел 8.Выпуск программы*	8			1	7
9.	Вид промежуточной аттестации (зачёт)	4				
	Итого по дисциплине:	36			4	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Ильясова, С. В. Язык СМИ и рекламы: игра как норма и как аномалия [Электронный ресурс] : монография / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2016. - 328 с. - https://e.lanbook.com/book/91035#authors.
2. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458
3. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/68866
4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. - М. : Дашков и К°, 2015. - 488 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
5. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. - Москва : Дашков и К°, 2016. - 324 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=453044&sr=1.
6. Шарков, Ф.И. Константы гудвилла: стиль, паблисити, репутация, имидж и бренд фирмы [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2017. — 270 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93478.

Автор (ы) РПД преподаватель Минская А.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.16.01
«Проектирование и выпуск рекламного ролика»

Объем трудоемкости (ЗФО): *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, лабораторных 6 ч., самостоятельная работа - 26 ч., контроль – 3,8 ч., 0,2 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины – овладеть практическими навыками проектирования и выпуска рекламного ролика.

Задачи дисциплины:

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.16.01 «Проектирование и выпуск рекламного ролика»:

– овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;

– понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском, монтажом рекламных видеороликов;

– получение знаний в области написания сценариев рекламных видеороликов, особенностями раскадровки и аниматика;

– освоение основ пре-продакшена, продакшена, и пост-продакшена;

– знакомство со спецификой создания рекламных роликов различных типов: телевизионных, презентационных, вирусных, интернет-роликов, корпоративных, видео обзоров продукта, обучающих роликов и т.д.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.16.01 «Проектирование и выпуск рекламного ролика» входит в состав вариативной части профессионального цикла основной образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина «Проектирование и выпуск рекламного ролика» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении преддипломной практики и подготовки выпускной квалификационной работы.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций (*ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
1.	**ПК 5**	Способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	***знать*** типологию рекламных роликов, особенности создания каждого из типа роликов, специфику написания сценария и подготовки аниматика, раскадровки, особенности хронометража;	***уметь*** создание сценария рекламного ролика, создание раскадровки, определение необходимого бюджета на разработку и производство рекламного ролика; подготовка брифа на производство рекламного ролика;	***владеть*** навыками как самостоятельного производства рекламного видео ролика
2.	**ПК 8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение	***знать*** бюджетирование рекламного ролика, специфику составление договоров на	***уметь*** составлять договоры на производство рекламного ролика; определять объем	***владеть*** навыками работы с продакшен-студиями и производству видеоролика;

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			Знать	**уметь**	**Владеть**
		рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	разработку и производство рекламного ролика, особенности подготовки брифа на производство рекламного ролика;	необходимых затрат на производство рекламного ролика; выполнять продакшн, пред- и пост-продакшн рекламного ролика;	составления брифа и договора, определение бюджета, кастинг актеров; выбор студии, подбор необходимого оборудования и спец-эффектов и т.д.

Основные разделы дисциплины для заочной формы обучения:
Разделы дисциплины, изучаемые на 7 семестре *(заочная форма).*

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламных роликов.	4			1	3
2.	Типология рекламных роликов и особенности разработки.	4				3
3.	Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора	4			1	3
4.	Написание сценария рекламного ролика.	4				4
5.	Раскадровка рекламного ролика.	4				3
6.	Аниматик рекламного ролика.	4				4
7.	Изготовление рекламного ролика. Съемка.	4			1	3
8.	Изготовление рекламного ролика. Монтаж и графический дизайн.	4			1	5
	Итого:				4	28

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310

2. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.16.02
«Проектирование и выпуск рекламного плаката»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 контактных часа, лабораторных 6 ч., самостоятельная работа - 26 ч., контроль – 3,8 ч., 0,2 ч. ИКР)*

Цель освоения дисциплины – овладение практическими навыками проектирования и выпуска рекламного плаката.

Задачи дисциплины:

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.16.02 «Проектирование и выпуск рекламного плаката»:

– овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;
– понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском рекламных плакатов;
– написание слоганов рекламных плакатов;
– изучение особенностей графики;
– знакомство со спецификой создания рекламных плакатов различных типов.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.16.02 «Проектирование и выпуск рекламного плаката» входит в раздел ФГОС «Профессиональный цикл. Вариативная часть» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Дисциплина «Проектирование и выпуск рекламного плаката» является своеобразной итоговой работой, подводящей черту под теоретическими предметами, и призванной дать практический эффект в виде навыков и умений, необходимых при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в пресс-службе, отделе рекламы и связей с общественностью.

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций (ПК)

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-5**	Способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	типологию рекламных плакатов, особенности создания каждого из типов плакатов, специфику написания слоганов для плакатов, графического дизайна рекламных плакатов;	создавать рекламные плакаты, каждый из типов плакатов, специфику написания слоганов для плакатов, графического дизайна рекламных плакатов;	навыками как самостоятельного производство рекламного плаката, так и подготовки необходимого пакета документов для разработки плаката рекламным агентством.
2.	**ПК-8**	Способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и	бюджетирование производства и размещения рекламного плаката, специфику составления договоров на разработку и производство рекламного	составлять договоры на производство рекламного плаката; определять объем необходимых затрат на производство рекламного плаката;	навыками работы с рекламными агентствами по производству видеоролика; составления брифа и договора, определению бюджета, производства

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		современных средств рекламы	плаката, особенности подготовки брифа на производство рекламного плаката;		рекламного плаката.

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые на 7 семестре *(заочная форма).*

№ раз-дела	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Особенности создания рекламных плакатов.	4			1	3
2.	Типология рекламных плакатов и особенности разработки.	4				3
3.	Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора	4			1	3
4.	Написание текста рекламного плаката.	4				4
5.	Контент рекламного плаката.	4				3
6.	Графика рекламного плаката.	4				4
7.	Изготовление рекламного плаката.	4			1	3
8.	Изготовление рекламного плаката. Графический дизайн.	4			1	5
	Итого:				4	28

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Булатова, Э.В. Стилистика текстов рекламного дискурса : учебное пособие / Э.В. Булатова. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2012. - 264 с. - ISBN 978-5-7996-0741-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=240310

2. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург: ОГУ, 2012. - 191 с.; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176

Автор (ы) РПД преподаватель Минская А.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.17.01
«Цифровая допечатная подготовка издательской продукции»

Объем трудоемкости: *Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа, в том числе 12,2 контактных часа, 6 ч. - лекционные занятия, 6 ч. – лабораторные занятия, 56 ч. – СРС, 3,8 ч. – контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области цифровой допечатной подготовки издательской продукции, дает студентам знания основных правил и этапов макетирования как отдельных страниц периодических и непериодических изданий, так и изданий в целом.

Рабочая программа дисциплины «Цифровая допечатная подготовка издательской продукции» включает изучение следующих вопросов: основные этапы допечатной подготовки, современные технологии допечатных процессов, ввод и обработка текстовой и изобразительной информации, макет оформления и исходные данные, виды текстовой автономизации, композиционно-графическое моделирование печатных изданий, верстка, специальные программы верстки, электронный спуск (монтаж) полос.

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.17.01 «Цифровая допечатная подготовка издательской продукции»:

- получение теоретических знаний о производстве печатных изданий;
- изучение основных этапов развития производства печатных изданий в мире;
- изучение основ издательской деятельности;
- изучение форм издательской деятельности;
- классификация изданий по типам применения, социальных групп, специальному предназначению;
- установление различий между периодическими и прочими изданиями;
- установление особенностей в выпуске периодических изданий;
- изучение технического и технологического обеспечения издательской деятельности;
- знакомство с современным программным и аппаратным обеспечением.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.17.01 «Цифровая допечатная подготовка издательской продукции» входит в вариативную часть учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Она обеспечивает связь со следующими дисциплинами: «Информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «Искусство бизнес-презентации», «Программные средства обработки информации». Курс проявляется в межпредметных связях по такому научному направлению, как «Информационные технологии».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций *ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	***знать*** специфику производства и распространения рекламной продукции	***уметь*** организовывать выпуск рекламных и презентационных материалов	***владеть*** навыками производства и распространения рекламных и презентационных материалов
2.	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	***знать*** *с*специфику выпуска, производства и распространения рекламной продукции	***уметь*** осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламно-полиграфическую	***владеть*** авыками выпуска, производства и распространения рекламно-полиграфическую продукцию

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
				продукцию	

Основные разделы дисциплины:

Разделы, изучаемые в 1 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	**Наименование разделов**	**Количество часов**				
		Всего	**Аудиторная работа**			**Самостоятельная работа**
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	*Раздел 1.* Основные этапы допечатной подготовки	9	1		1	7
2.	*Раздел 2.* Современные технологии допечатных процессов	9	1		1	7
3.	*Раздел 3.* Ввод и обработка текстовой и изобразительной информации	9	1		1	7
4.	*Раздел 4.* Компоновка текстовой и изобразительной информации на заданной площади (полосе)	9	1		1	7
	Итого по дисциплине:	**36**	**4**		**4**	**28**

Разделы, изучаемые в 2 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	**Наименование разделов**	**Количество часов**				
		Всего	**Аудиторная работа**			**Самостоятельная работа**
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
1.	*Раздел 5.* Виды текстовой автономизации	8			1	7
2.	*Раздел 6.* Композиционно-графическое моделирование издания	8	1			7
3.	*Раздел 7.* Верстка. Специальные программы верстки	8			1	7
4.	*Раздел 8.* Электронный спуск (монтаж) полос	8	1			7
5.	Вид промежуточной аттестации (зачет)	4				
	Итого по дисциплине:	**36**	**2**		**2**	**28**

Курсовые работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Пикок, Д. Основы издательского дела / Д. Пикок. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 473 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428991
2. Кулак, М.И. Технология полиграфического производства / М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Н.Э. Трусевич. - Минск : Белорусская наука, 2011. - 373 с. - ISBN 978-985-08-1318-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89360
3. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=115010&sr=1.

АННОТАЦИЯ дисциплины Б1.В.ДВ.17.02
«Цифровая допечатная подготовка рекламной и ПР-продукции»

Объем трудоемкости: *Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зач.ед. (72 часа, в том числе 12,2 контактных часа, 6 ч. - лекционные занятия, 6 ч. – лабораторные занятия, 56 ч. – СРС, 3,8 ч. – контроль, 0,2 ч. ИКР).*

Цель дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний в области цифровой допечатной подготовки издательской продукции, дает студентам знания основных правил и этапов макетирования как отдельных страниц периодических и непериодических изданий, так и изданий в целом.

Рабочая программа дисциплины «Цифровая допечатная подготовка издательской продукции» включает изучение следующих вопросов: основные этапы допечатной подготовки, современные технологии допечатных процессов, ввод и обработка текстовой и изобразительной информации, макет оформления и исходные данные, виды текстовой автономизации, композиционно-графическое моделирование печатных изданий, верстка, специальные программы верстки, электронный спуск (монтаж) полос.

Основные задачи дисциплины Б1.В.ДВ.17.01 «Цифровая допечатная подготовка издательской продукции»:

- получение теоретических знаний о производстве печатных изданий;
- изучение основных этапов развития производства печатных изданий в мире;
- изучение основ издательской деятельности;
- изучение форм издательской деятельности;
- классификация изданий по типам применения, социальных групп, специальному предназначению;
- установление различий между периодическими и прочими изданиями;
- установление особенностей в выпуске периодических изданий;
- изучение технического и технологического обеспечения издательской деятельности;
- знакомство с современным программным и аппаратным обеспечением.

1.3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.17.01 «Цифровая допечатная подготовка издательской продукции» входит в вариативную часть учебного плана ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Она обеспечивает связь со следующими дисциплинами: «Информатика», «Основы интегрированных коммуникаций», «Искусство бизнес-презентации», «Программные средства обработки информации». Курс проявляется в межпредметных связях по такому научному направлению, как «Информационные технологии».

1.4 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций *ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-8**	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	***знать*** специфику производства и распространения рекламной продукции	***уметь*** организовывать выпуск рекламных и презентационных материалов	***владеть*** навыками производства и распространения рекламных и презентационных материалов
2.	**ПК-16**	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические,	***знать*** специфику выпуска, производства и распространения рекламной	***уметь*** осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение	***владеть*** авыками выпуска, производства и распространения рекламно-полиграфическую

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
		рабочие и презентационные материалы	продукции	рекламно-полиграфическую продукцию	продукцию

Основные разделы дисциплины:

Разделы, изучаемые в 1 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	**Наименование разделов**	**Количество часов**				
		Всего	**Аудиторная работа**			**Самостоятельная работа**
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
5.	*Раздел 1.* Основные этапы допечатной подготовки	9	1		1	7
6.	*Раздел 2.* Современные технологии допечатных процессов	9	1		1	7
7.	*Раздел 3.* Ввод и обработка текстовой и изобразительной информации	9	1		1	7
8.	*Раздел 4.* Компоновка текстовой и изобразительной информации на заданной площади (полосе)	9	1		1	7
	Итого по дисциплине:	**36**	**4**		**4**	**28**

Разделы, изучаемые в 2 семестре *(для студентов ЗФО)*

№ раздела	**Наименование разделов**	**Количество часов**				
		Всего	**Аудиторная работа**			**Самостоятельная работа**
			Л	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5	6	7
6.	*Раздел 5.* Виды текстовой автономизации	8			1	7
7.	*Раздел 6.* Композиционно-графическое моделирование издания	8	1			7
8.	*Раздел 7.* Верстка. Специальные программы верстки	8			1	7
9.	*Раздел 8.* Электронный спуск (монтаж) полос	8	1			7
10.	Вид промежуточной аттестации (зачет)	4				
	Итого по дисциплине:	**36**	**2**		**2**	**28**

Курсовые работы: *не предусмотрены.*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Пикок, Д. Основы издательского дела / Д. Пикок. - 2-е изд., испр. - Москва : Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 473 с. : ил., табл. - Библиогр. в кн. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428991
2. Кулак, М.И. Технология полиграфического производства / М.И. Кулак, С.А. Ничипорович, Н.Э. Трусевич. - Минск : Белорусская наука, 2011. - 373 с. - ISBN 978-985-08-1318-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=89360
3. Овчинникова, Р. Ю. Дизайн в рекламе: основы графического проектирования [Электронный ресурс] : учебное пособие / Р. Ю. Овчинникова ; под ред. Л. М. Дмитриевой. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 239 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=115010&sr=1.

Автор (ы) РПД преподаватель Минская А.Н.

АННОТАЦИЯ дисциплины ФТД.В.01
«Корпоративный PR»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 6,2 часов аудиторной нагрузки: лекционных 2 ч., практических 4 ч.; 26 часов самостоятельной работы; 3,8 ч. зачет; 0,2 ИКР).*

Цель освоения дисциплины – формирование у бакалавров представлений о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации.

Задачи дисциплины:

В ходе реализации задач курса предполагается:
- изучение инструментов внутреннего PR;
- изучение внутренних коммуникации в организации и способов управления ими;
- изучение формирования корпоративного имиджа для сотрудников;
- ознакомление с элементами корпоративной культуры;
- изучение профилактики конфликтов и негативных слухов.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Корпоративный PR» входит в раздел **ФТД.В.01** _«Профессиональный цикл. Вариативная часть» ФГОС по направлению подготовки ВО **42.03.01** Реклама и связи с общественностью (бакалавриат) (дисциплины по выбору).

Курс «Корпоративный ПР» опирается на знания, полученные при изучении дисциплин «Теория и практика связей с общественностью», «Психология массовой коммуникации», «Основы менеджмента».

Освоение дисциплины «Корпоративный PR» будет способствовать пополнению профессиональных знаний в области связей с общественностью.

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *общепрофессиональных/профессиональных* компетенций (*ОПК/ПК)*

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1	**ПК-6**	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	основы российской и зарубежной коммуникативистики, социологии;	анализировать процессы и явления, происходящие в обществе;	навыками систематизации, анализа и оценки различных явлений и процессов общества;
2	**ПК-7**	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	основные направления, тенденции и особенности осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	навыками осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей, текущего планирования в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Предмет и задачи корпоративных связей с общественностью. Основные виды деятельности внутрикорпоративных связей с общественностью	5	1		-	4
2.	Инструмент и каналы, виды внутренних коммуникаций. Основные принципы коммуникаций с сотрудниками	5	1		-	4
3.	Внутренний имидж организации	5		1	-	4
4.	Корпоративная культура и корпоративная идентичность	7		1	-	6
5.	Роль внутренних связей с общественностью в предотвращении организационных конфликтов	5		1	-	4
6.	Комплексный подход к формированию лояльности сотрудников к организации. *Итоговое занятие*	5		1	-	4
	Итого по дисциплине:		2	4	-	26

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Умаров, М. PR в реальном времени: Тренды. Кейсы. Правила / М. Умаров ; под ред. А. Черниковой. - Москва : Альпина Паблишер, 2016. - 230 с. : ил. - ISBN 978-5-9614-5746-9 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443019
2. Лимитовский, М. А. Корпоративный финансовый менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-практическое пособие / М. А. Лимитовский, В. П. Паламарчук, Е. Н. Лобанова ; отв. ред. Е. Н. Лобанова. - М. : Юрайт, 2017. - 990 с. - https://biblio-online.ru/book/89E2CCAF-62F2-4869-A5A1-15A944DA01BE.
3. Кондакова, Ю.В. PR-технологии. Арт-пиар [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ю.В. Кондакова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, «Уральский государственный архитектурно-художественный университет» (УрГАХУ). - Екатеринбург : Архитектон, 2016. - 95 с. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=455455&sr=1.

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.

АННОТАЦИЯ дисциплины ФТД.В.02
«Современные компьютерные технологии в PR»

Объем трудоемкости: *1 зачетная единица (36 часов, из них – 8,2 часов аудиторной нагрузки: лабораторных 8 ч.; 27,8 часов самостоятельной работы; 3 ч. Зачет; 0,2 ИКР).*

Цель освоения дисциплины – изучить инновационные компьютерные технологии выстраивания ПР коммуникаций и сформировать компетенции необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи дисциплины:

Основные задачи дисциплины ФТД.В.02 «Современные компьютерные технологии в PR»:
- рассмотреть теоретические аспекты компьютерных технологий в ПР-деятельности;
- описать современные тенденции в развитии компьютерных технологий в ПР-направлении
- рассмотреть инновационные компьютерные технологии в ПР-практике.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Базовая часть. Профессиональный цикл» ФГОС по направлению подготовки ВО 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (бакалавриат).

Знания, умения и навыки, сформированные при овладении дисциплиной необходимы для успешного изучения таких курсов, как «ПР-менеджмент», «Социология ПР-деятельности», «Психология ПР-деятельности».

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности):
- способность реализовывать проекты и владением методами их реализации (**ПК-5**);
- способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (**ПК-11**);

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся *профессиональных* компетенций (*ПК)*

№ п.п.	Индекс компе-тенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	**уметь**	**владеть**
1.	**ПК-5**	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Специфику работы в отделах связей с общественностью	Осуществлять работу в ПР-отделах	Навыками работы в отделах связей с общественностью
2.	**ПК-11**	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Специфику реализации проектов и методов ПР посредством компьютерных технологий	Реализовывать проекты в сфере ПР посредством компьютерных технологий	Навыками реализации проектов в области ПР посредством компьютерных технологий

Основные разделы дисциплины

Разделы дисциплины, изучаемые в 5 семестре *(для студентов ЗФО)*

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	Теоретические аспекты компьютерных технологий в ПР-деятельности	6	-	-	1	5

2.	Современные тенденции развития компьютерных технологий в ПР-деятельности	6	-	-	1	5
3.	Современные принципы ПР-деятельности	6	-	-	1	5
4.	Инновации в ПР-деятельности	5	-	-	1	4
5.	ПР в соцсетях	6	-	-	2	4
6.	Электронные средства массовой информации. *Итоговое занятие*	3	-	-	2	1
	Итого по дисциплине:		-	-	8	24

Курсовые работы: *не предусмотрены*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Основная литература:

1. Кудинов, Ю.И. Основы современной информатики [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Ю.И. Кудинов, Ф.Ф. Пащенко. — Электрон. дан. — Санкт-Петербург : Лань, 2017. — 256 с. — Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/91902

Авторы РПД: канд. филол. наук, доц. Никулин И.О.

Приложение 3.

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
_____ Иванов А.Г.
подпись
«30» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПЕРВОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Программа подготовки: прикладная

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа Учебная практика (первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)) составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):
Р.В. Патюкова, профессор, д-р филол. наук, доцент _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание подпись

Ю.Е. Николаева, старший преподаватель _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание подпись

Рабочая программа Учебная практика (первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)) утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.
И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.
Председатель УМК факультета Патюкова Р.В. _____
фамилия, инициалы подпись

Рецензенты:
И.Г. Крайних, директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»
Л.М. Величко, канд. филол. наук, директор ГБУ ДО КК «Дворец творчества»

1.Цели учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Целью прохождения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) является получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

2.Задачи учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

1. Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин вариативной части учебного плана.
2. Изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR.
3. Проверка степени готовности будущего бакалавра к самостоятельной работе в условиях практической деятельности в организации.
4. Участия в работе коллектива по подготовке рекламных и PR-акций.

3. Место учебной практики первой учебно-ознакомительной практики в структуре ООП (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Учебная практика первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) относится к вариативной части Блок 2 ПРАКТИКИ.

Учебная практика первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) является обязательным этапом обучения студента по направлению «Реклама и связи с общественностью». Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Социология», «Основы интегрированные коммуникации», «Основы культуры речи».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы.

Прохождение учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) необходимо для дальнейшего освоения направления, и, особенно, для изучения следующих дисциплин: «Региональный рекламно-информационный рынок», «Профессиональная этика специалиста по рекламе и PR», «Теория и практика массовой информации», «Менеджмент», «Маркетинг».

Учебная практика первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) проводится в первом и втором семестре как самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время.

Учебная практика первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) проходит в форме выполнения обязанностей стажера (рекламиста или пиарщика) в рекламных отделах муниципальных и районных СМИ, а также филиалах (отделений, редакций) общероссийских изданий, интернет-ресурсах, информационных агентствах, PR и рекламных отделах коммерческих и некоммерческих организациях, рекламных агентствах - при наличии постоянного договора.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

4.Тип (форма) и способ проведения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Тип учебной практики: первая учебно-ознакомительная (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Способ проведения практики: стационарна, выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной

организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация.

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация.

Практика проводится в следующих формах: дискретно.

5.Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики первой учебно-ознакомительной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

В результате прохождения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студент должен приобрести следующие *профессиональные* компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-6, ПК-7.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать основы теории коммуникации Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации Владеть навыком участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
2	ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь проводить коммуникационные кампании и мероприятия Владеть навыком принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

6.Структура и содержание учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Объем практики составляет 9 зачетных единиц (324), из них 72 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 252 часов самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) 6 недель.

Время проведения практики курс 1 сессия 3.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице.

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
	Подготовительный этап		
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности); Прохождение инструктажа по технике безопасности	1 день
2.	Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в	Проведение обзора публикаций в соответствии с целью, задачами учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и	1 день

	соответствующей области знаний	навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	
	Экспериментальный этап		
3.	Работа на рабочем месте, сбор материалов по заданию руководителя практики	Ознакомление с предприятием, его производственной, организационно-функциональной структурой. Работа с источниками правовой, статистической, аналитической информации.	1-ая неделя практики
4.	Ознакомление с нормативно-правовой документацией	Изучение технологии сбора, регистрации и обработки информации на данном предприятии. Изучение и систематизация информации по направлению подготовки реклама и связи с общественностью	1-ая неделя практики
5.	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR	Приобретение первичных практических навыков работы на конкретных рабочих местах. Самостоятельная работа со служебными документами, регламентирующими деятельность.	2-ая неделя практики
6.	Принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	Выполнение индивидуальных заданий по поручению руководителя практики	3-я и 4-я неделя практики
7.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	Работа с аналитическими, статистическими данными о деятельности организации (по заданию руководителя практики)	5-я неделя практики
	Подготовка отчета по практике		
8.	Обработка и систематизация материала, написание отчета	Проведение опроса студентов о степени удовлетворенности работой практиканта, анализ результатов опроса Формирование пакета документов по результатам учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) Самостоятельная работа по составлению и оформлению отчета по результатам прохождения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	6-ая неделя практики
9.	Подготовка презентации и защита	Публичное выступление с отчетом по результатам учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	6-ая неделя практики

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

По итогам учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студентами оформляется отчет, в котором излагаются результаты проделанной работы и в систематизированной форме приводится обзор освоенного научного и практического материала.

Форма отчетности - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

Обучающиеся в период прохождения практики:

– выполняют **индивидуальные задания**, предусмотренные программами практики:

ознакомление с нормативной документацией, определяющей деятельность подразделений по рекламе и связям с общественностью организации (предприятия);

изучение организационной структуры организация (предприятия) и определение места в них подразделений по рекламе и связям с общественностью (при наличии);

ознакомление с распределением функций по рекламе и связям с общественностью в системе коммуникаций организации (предприятия);

изучение системы внутренних и внешних коммуникаций организации (предприятии);

ознакомление с особенностями корпоративной культуры организации (предприятия); ознакомление с корпоративными изданиями, сайтом в части рекламно-информационной деятельности и связей с общественностью;

ознакомление с процессом создания текстов рекламы и связей с общественностью; проведение научно-исследовательских мероприятий: изучение литературы по актуальным вопросам рекламной и PR-деятельности организации (предприятия), сбор эмпирического материала (количественные и качественные данные) в части рекламной и PR-деятельности организации (предприятия), описание конкурентной среды.

– соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;

– соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

7.Формы отчетности учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

В отчет по практике входят:

Дневник по практике (Приложение).

В дневнике на практику руководитель практики от кафедры должен заполнить: тема, задание (перечень работ), организация (место прохождения практики), сроки начала и окончания практики, продолжительность практики, навыки (приобретенные за время практики).

Отчет по практике (Приложение).

Отчет о практике содержит сведения о конкретно выполненной работе в период практики, результат выполнения индивидуального задания, а также краткое описание предприятия, учреждения, организации (цеха, отдела, лаборатории и т.д.) и организации его деятельности, вопросы охраны труда, выводы и предложения.

Отчет должен включать следующие основные части:

Титульный лист

Оглавление,

Введение: цель, место, дата начала и продолжительность практики, перечень основных работ и заданий, выполняемых в процессе практики.

Основная часть: описание организации работы в процессе практики, практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики.

Раздел 1. …….

1.1……..

1.2. ……

Раздел 2. ……

2.1. ……..

1.2. …….

Заключение: необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики и сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Список использованной литературы

Приложения

Отчет может быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками.

Требования к отчету:

• титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями;

• текст отчета должен быть структурирован, названия разделов и подразделов должны иметь нумерацию с указанием страниц, с которых они начинаются;

• нумерация страниц, таблиц и приложений должна быть сквозной.

• текст отчета набирается в Microsoft Word и печатается на одной стороне стандартного листа бумаги формата А-4: шрифт Times New Roman – обычный, размер 14 пт; междустрочный интервал – полуторный; левое, верхнее и нижнее – 2,0 см; правое – 1,0 см; абзац – 1,25. Объем отчета должен быть: 5-15 страниц.

К отчету прилагается:

Индивидуальное задание (Приложение),

Характеристика студента,

Отзыв,

Портфолио,

Рекламные и PR тексты на 5 тысяч печатных знаков

Учебно-методические материалы для работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

8. Образовательные технологии, используемые на учебной практике первой учебно-ознакомительной практике (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Практика носит учебно-ознакомительный характер, при ее проведении используются образовательные технологии в форме консультаций преподавателей–руководителей практики от университета и руководителей практики от организаций, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Образовательные технологии при прохождении практики включают в себя:

инструктаж по технике безопасности;

экскурсия по организации;

первичный инструктаж на рабочем месте;

наглядно-информационные технологии (материалы выставок, стенды, плакаты, альбомы и др.);

организационно-информационные технологии (присутствие на собраниях, совещаниях, «планерках», нарядах и т.п.);

вербально-коммуникационные технологии (интервью, беседы с руководителями, специалистами, работниками предприятия (учреждения, жителями населенных пунктов);

наставничество (работа в период практики в качестве ученика опытного специалиста);

информационно-консультационные технологии (консультации ведущих специалистов);

информационно-коммуникационные технологии (информация из Интернет, радио и телевидения; аудио- и видеоматериалы;

работу в библиотеке (уточнение содержания учебных и научных проблем, профессиональных и научных терминов, экономических и статистических показателей, изучение содержания государственных стандартов по оформлению отчетов о научно-исследовательской работе и т.п.)

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья предусмотрена организация консультаций с использованием электронной почты.

9.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике первой учебно-ознакомительной практике (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) являются:

1. Учебная литература;

2. Нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;

3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

– ведение дневника практики;

– оформление итогового отчета по практике.

– анализ нормативно-методической базы организации;

– анализ научных публикации по заранее определённой руководителем практики теме;

– анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) в организации.

– работу с научной, учебной и методической литературой,

– работа с конспектами лекций, ЭБС.

– и т.д.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам.

Перечень учебно-методического обеспечения.

Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ.

Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» [электронный ресурс] . URL : www.biblioclub.ru.

Электронная библиотечная система издательства «Лань» [электронный ресурс]. URL : https://e.lanbook.com.

Электронная библиотечная система «Юрайт» [электронный ресурс] URL : http://www.biblio-online.ru.

10.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике первой учебно-ознакомительной практике (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Форма контроля учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) по этапам формирования компетенций.

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся	компетенции	Формы текущего контроль	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования
	Подготовительный этап			
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	ПК-6, ПК-7	Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике	Прохождение инструктажа по технике безопасности Изучение правил внутреннего распорядка
2.	Изучение специальной литературы о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний	ПК-6, ПК-7	Собеседование	Проведение обзора публикаций, оформление дневника
	Экспериментальный этап			
3.	Работа на рабочем месте, сбор материалов	ПК-6, ПК-7	Индивидуальный опрос	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)
4.	Ознакомление с нормативно-правовой документацией	ПК-6, ПК-7	Устный опрос	Раздел отчета по практике
5.	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR	ПК-6, ПК-7	Собеседование, проверка выполнения работы	Раздел отчета по практике
6.	Принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	ПК-6, ПК-7	Проверка выполнение индивидуальных заданий	Дневник практики Раздел отчета по практике
7.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	ПК-6, ПК-7	Проверка индивидуального задания и	Дневник практики Сбор материала для отчета.

			промежуточных этапов его выполнения	
	Подготовка отчета по практике			
8.	Обработка и систематизация материала, написание отчета	ПК-6, ПК-7	Проверка: оформления отчета	Отчет
9.	Подготовка презентации и защита	ПК-6, ПК-7	Практическая проверка	Защита отчета

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник, характеристика студента, портфолио). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине (модулю) предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
1	1. Пороговый уровень (уровень, обязательный для всех студентов)	ПК-6	Знать основы теории коммуникации
		ПК-7	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
2	Повышенный уровень (по отношению к пороговому уровню)	ПК-6	Знать основы теории коммуникации Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации
		ПК-7	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь проводить коммуникационные кампании и мероприятия
3	Продвинутый уровень (по отношению к повышенному уровню)	ПК-6	Знать основы теории коммуникации Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации Владеть навыком участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
		ПК-7	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь проводить коммуникационные кампании и мероприятия Владеть навыком принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Критерии оценки отчетов по прохождению практики**:**

1. Полнота представленного материала в соответствии с индивидуальным заданием;
2. Своевременное представление отчёта, качество оформления
3. Защита отчёта, качество ответов на вопросы

Шкала и критерии оценивания формируемых компетенций в результате прохождения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Шкала оценивания	Критерии оценки
	Зачет с оценкой
«Отлично»	Содержание и оформление отчета по практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает всестороннее и глубокое знание учебного материала, выражающееся в полных ответах, точном раскрытии поставленных вопросов
«Хорошо»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются несущественные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает знание учебного материала, однако ответы неполные, но есть дополнения, большая часть материала освоена
«Удовлетворительно»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются существенные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает отдельные пробелы в знаниях учебного материала, неточно раскрывая поставленные вопросы либо ограничиваясь только дополнениями
«Неудовлетворительно»	Небрежное оформление отчета по практике и дневника прохождения практики. В отчете по практике освещены не все разделы программы практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана не выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает существенные пробелы в знаниях учебного материала, поставленные вопросы не раскрыты либо содержание ответа не соответствует сути вопроса Отчет по практике не представлен

11.Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

а) основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – Электрон. дан. – Москва : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. – 520 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/75182.
2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267.
3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 336 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93373.

б) дополнительная литература:

1. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2012. – 191 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176
2. Костромина, Е.А. Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект : сборник статей / Е.А. Костромина. - Москва ; Берлин : Директ- Медиа, 2014. – 92 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3088-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272546
3. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458

4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – М. : Дашков и К°, 2015. – 488 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

5. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2016. – 408 с. – URL: https://e.lanbook.com/book/93302#authors.

12.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:

Электронный справочник «Информио» для высших учебных заведений(www.informuo.ru);

Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // http://window.edu.ru/;

Российское образование. Федеральный образовательный портал. //http://www.edu.ru/.

13.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной практике первой учебно-ознакомительной практике, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

В процессе организации учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

13.1 Перечень лицензионного программного обеспечения.

- Microsoft Microsoft Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);
- Microsoft Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

13.2 **Перечень информационных справочных систем:**

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)

14.Методические указания для обучающихся по прохождению учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Перед началом учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Методические указания для обучающихся должны раскрывать рекомендуемый режим и характер различных видов практической работы, а также выполнение самостоятельной работы. Каждый раздел завершается примерным перечнем вопросов, которые предназначены для внеаудиторной самостоятельной работы студентов и нацеливают их на формы текущего и промежуточного контроля.

Руководитель практики:

– составляет **рабочий график (план**) проведения практики;

– разрабатывает **индивидуальные задания для обучающихся (приложение)**, выполняемые в период практики;

– участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

– осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП ВО;

– оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

– оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

– явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;

– детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;

– явиться на место практики в установленные сроки;

– выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;

– выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;

– проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;

– выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

15.Материально-техническое обеспечение учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Для полноценного прохождения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), в соответствии с заключенными с предприятиями договорами, в распоряжение студентов предоставляется необходимое для выполнения индивидуального задания по практике оборудование, и материалы.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Проведение конференций	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 302, 402)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)

Приложение 1

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПЕРВОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)
по направлению подготовки (специальности)
_____

Выполнил

_____
Ф.И.О. студента

Руководитель учебной практики первая учебно-ознакомительная практика
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков,
в том числе первичных умений и навыков
научно-исследовательской деятельности)
_____
степень, ученое звание, должность, Ф.И.О.

Краснодар 2017 г.

Приложение 2

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ПЕРВОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Направление подготовки (специальности) _____

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

Время проведения практики с «___» _____20__ г. по «___» _____20__г.

Дата	Содержание выполняемых работ	Отметка руководителя практики от организации (подпись)
	Инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности	

Приложение 3

ФГБОУ ВО «КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПЕРВОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Студент _____+_____
(фамилия, имя, отчество полностью)
Направление подготовки (специальности)_____

Место прохождения практики_____

Срок прохождения практики с_____ по_____201_ г

Цель практики – получение первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности, практическое освоение основных профессиональных компетенций, формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО:

– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики

План-график выполнения работ:

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки	Отметка руководителя практики от университета о выполнении (подпись)
1	Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин базовой части учебного плана.		
2	Изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR.		
3	Участия в работе коллектива по подготовке рекламных и PR-акций.		
4	Ознакомление с нормативно-правовой документацией		
5	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR		
6	Работа с аналитическими, статистическими данными о деятельности организации (по заданию руководителя практики)		
7	Рекламные и PR тексты на 2 тысячи печатных знаков (заверенные руководителем практики от организации)		
8	Составление отчета		

Ознакомлен _____ _____
подпись студента *расшифровка подписи*
«____» _____ 20___г.

Приложение 4

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
результатов прохождения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

№	ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2.	Умение правильно определять и эффективно решать основные задачи				
3.	Степень самостоятельности при выполнении задания по практике				
4.	Оценка трудовой дисциплины				
5.	Соответствие программе практики работ, выполняемых студентом в ходе прохождении практики				

Руководитель практики _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

№	СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПЕРВОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации				
2.	ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий				

Руководитель практики _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Приложение 5

Примерный перечень индивидуальных заданий при прохождении практики

1. Анализ коммуникативной и деловой активности и повышение эффективности деятельности предприятия.
2. Эффективность коммуникативной деятельности организации.
3. Разработка коммуникативной стратегии развития предприятия.
4. Технология разработки и принятия управленческих коммуникативных решений.
5. Развитие коммуникативного потенциала фирмы (офиса, организации).
6. Разработка и обоснование PR-проектов.
7. Анализ и оценка эффективности проектов, реализуемых организацией.
8. Совершенствование технологий разработки управленческих решений в фирме (организации и др.).
9. Проектирование PR-деятельности фирмы (организации и др.).
10. Анализ кризисных тенденций в деятельности фирмы.
11. Оптимизация репутационной деятельности организации.
12. Антикризисная программа для организации.
13. Бюджетное планирование PR-кампании.

Во время практики студенты должны научиться проводить следующие операции:

знакомство с руководством и трудовым коллективом PR-подразделения;

знакомство с учредительными документами органов по связям с общественностью;

выявление миссии (если таковая существует), целей и задач всей службы и конкретного отдела, в котором студент проходит;

описание структуры службы по связям с общественностью;

описание функциональных обязанностей специалистов подразделения;

описание формы взаимодействия между структурными подразделениями службы PR;

выделение основной целевой группы организации;

описание ресурсов данной организации по возможности его влияния на целевые группы;

описание основных принципов, методов и приемов, используемых сотрудниками данного отдела по PR:

- на этапе исследования, выявления проблемы, целевой группы;
- на этапе планирования PR-акции;
- на этапе разработки PR-акции;
- на этапе выбора каналов связей с общественностью (отбор СМИ, конкретных корреспондентов, рекламных агентств, видов рекламы и популяризации и т.д.);
- на этапе проведения акции;
- на этапе оценки акции и работы PR-подразделения в целом и т.д.

работа с аудиторией в on–line конференциях, дискуссионных листах, рассылках;

осуществление контакта с представителями традиционных СМИ посредством Интернет;

воздействие на аудиторию посредством публикации материалов и новостей в интернет–СМИ, у сетевых обозревателей, сайтах информационных агентств и СМИ, специализированных и тематических серверах;

проведение в сети рекламных акций (награждений), лотерей, конкурсов;

самостоятельно рассылать пресс-релизы и новости по электронной почте;

поручение рассылки специальной службе распространения пресс-релизов для журналистов по специальным базам данных.

участие в работе PR-службы: студент выполняет поручения руководителя практики принимающей стороны по согласованию с руководителем практики от университета в объеме, предполагаемом для студента

Материалы, подготовленные во время практики в соответствии с ее видом и задачами: Публикации (размещаются на стандартных листах формата А4 с указанием названия издания, номером и датой его выхода). - опубликованные материалы, где указаны настоящие фамилия и имя автора публикации, редакцией не заверяются; - авторство публикаций без подписи или под псевдонимом подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); - авторство материалов, принятых к публикации, но не опубликованных по независящим от студента причинам подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится дата, подпись ответственного лица, заверенная печатью организации). Аудио- и видеоматериалы: расшифровки радио - и телематериалов заверяются редакцией, если студент не предоставляет записи сюжетов на аудио или видео-носителях (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); записи аудио - или видеосюжетов предоставляются на CD или DVD–дисках. PR- и рекламные материалы (PR-тексты, сценарии, медиа-планы и т.д.) заверяются куратором практики от организации (ставится подпись ответственного лица,

заверенная печатью организации); Макеты сверстанных полос и рекламных модулей, фотоматериалы, материалы, опубликованные на информационных сайтах, заверяются руководителем редакции/организации/Интернет- ресурса (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации).

Приложение 6

Образец заявления на практику

Декану факультета журналистики
ФГБОУ ВО «КубГУ»
В.В. Касьянову
студента ___ курса ЗФО
направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Ф.И.О.,

Тел._____

Заявление

Прошу направить для прохождения учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности). _____ (г. _____) в период с _____ по _____ г.

Дата Подпись

Приложение 7

Ректору
ФГБОУ ВО «КубГУ»
М.Б. Астапову
от директора
(президента, председателя
правления и т.п.)
(название предприятия)
(Ф.И.О руководителя)

Предприятие *(название предприятия)* не возражает о прохождении учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студента …. группы …. курса, …….. формы обучения, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01. реклама и связи с общественностью.

Предприятие *(название предприятия)* подтверждает готовность обеспечить прохождение учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студента *(Ф.И.О студента)* в сроки с «___» _____ 20___ г. по «___» _____ 20___ г. в соответствии с программой практики.

Руководителем учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студента *(Ф.И.О. студента)* от предприятия назначается *(Ф.И.О. руководителя)*, контактный телефон (номер контактного телефона руководителя практики).

(подпись руководителя предприятия) (расшифровка подписи) (дата)

НА ФИРМЕННОМ БЛАНКЕ

Рабочий план-график выполнения работ:
учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Ф.И.О. студента_____

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки	Отметка руководителя практики от организации о выполнении (подпись)
1	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности	1 день	
2	Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин базовой части учебного плана.		
3	Изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR.		
4	Участия в работе коллектива по подготовке рекламных и PR-акций.		
5	Ознакомление с нормативно-правовой документацией		
6	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR		
7	Работа с аналитическими, статистическими данными о деятельности организации (по заданию руководителя практики)		
8	Рекламные и PR тексты на 5 тысячи печатных знаков (заверенные руководителем практики от организации)		
9	Составление отчета		

Индивидуальное задание согласовано с наставником практики от предприятия

_____ _____
М.П. подпись *расшифровка подписи*

«____» _____ 20___г.

Индивидуальное задание согласовано с руководителем практики от университета

_____ _____
подпись *расшифровка подписи*

«____» _____ 20___г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Отчет руководителя практики о проведении практики
в 2017-2018 учебном году

_____ практика _____ студентов _____курса
вид практики *общее кол-во чел. / в том числе в/б*
курс
_____формы обучения, направления подготовки (специальности), _____
форма обучения *код*
_____ _____
наименование направления подготовки (специальности), специализации
шифр группы
проводилась с _____ по _____ на базе:

Ф.И.О. обучающегося	Организация-база практики
1	2

Установочная конференция проводилась: «_____»_____20____г. _____
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.

Инструктаж по технике безопасности и охране труда проводился: «_____»_____20__г. _____(ФИО проводившего инструктаж). Присутствовало_____ студентов
общее кол-во

Итоговая конференция проводилась: «_____»_____20____г. _____
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.
общее кол-во

Анализируя отзывы руководителей практики от организаций-баз практики, можно сделать вывод о том, что к возложенным обязанностям студенты относились

_____
качество решения поставленных задач
_____

_____
проявление инициативы и творческого подхода к выполняемой работе
_____

_____

соблюдение студентами рабочей дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка

В период практики студенты показали

уровень владения знаниями и применение их на практике

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
подпись Иванов А.Г.
«30» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ВТОРОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Программа подготовки: прикладная

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа Учебная практика (вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)) составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):
Р.В. Патюкова, профессор, д-р филол. наук, доцент _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание подпись

Ю.Е. Николаева, старший преподаватель _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание подпись

Рабочая программа Учебная практика (вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)) утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.
И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.
Председатель УМК факультета Патюкова Р.В. _____
фамилия, инициалы подпись

Рецензенты:
И.Г. Крайних, директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»
Л.М. Величко, канд. филол. наук, директор ГБУ ДО КК «Дворец творчества»

1. Цели учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Целью прохождения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) является применение на практике теоретических знаний, полученных в процессе обучения по направлению реклама и связи с общественностью, знакомство с основами профессии.

2. Задачи учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

1. Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин вариативной части учебного плана.
2. Изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR.
3. Проверка степени готовности будущего бакалавра к самостоятельной работе в условиях практической деятельности в организации.
4. Приобретение практических навыков (опыта практической деятельности) в использовании знаний, умений и навыков, полученных в ходе лекционных, практических, лабораторных занятий.
5. Участия в работе коллектива по подготовке рекламных и PR-акций.

3. Место учебной практики второй учебно-ознакомительной практики в структуре ООП (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Учебная практика вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) относится к вариативной части Блок 2 ПРАКТИКИ.

Учебная практика вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) является обязательным этапом обучения студента по направлению «Реклама и связи с общественностью». Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Основы интегрированных коммуникаций», «Менеджмент».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы.

Прохождение учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) необходимо для дальнейшего освоения направления, и, особенно, для изучения следующих дисциплин: «Информационная политика», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Консалтинг в связях с общественностью», «Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта», «Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании».

Учебная практика вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) проводится в третьем и четвертом семестре как самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время в течение 6 недель.

Учебная практика вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) проходит в форме выполнения обязанностей стажера (рекламиста или пиарщика) в рекламных отделах муниципальных и районных СМИ, а также филиалах (отделений, редакций) общероссийских изданий, интернет-ресурсах, издательствах, информационных агентствах, PR и рекламных отделах коммерческих и некоммерческих организациях, рекламных агентствах - при наличии постоянного договора либо ходатайства на имя декана факультета.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

4. Тип (форма) и способ проведения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Тип учебной практики: вторая учебно-ознакомительная (практика по получению первичных

профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Способ проведения практики: стационарна, выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация.

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация.

Практика проводится в следующих формах: дискретно.

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики второй учебно-ознакомительной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

В результате прохождения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студент должен приобрести следующие *профессиональные* компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-6; ПК-7.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1	ПК-6	способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	Знать основы теории коммуникации Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации Владеть навыком участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
2	ПК-7	способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь проводить коммуникационные кампании и мероприятия Владеть навыком принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

6.Структура и учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Объем практики составляет 9 зачетных единиц (324), из них 72 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 252 часов самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) 6 недель.

Время проведения практики 2 курс сессия 3.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
	Подготовительный этап		
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-	1 день

		исследовательской деятельности); Изучение правил внутреннего распорядка; Прохождение инструктажа по технике безопасности	
2.	Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний	Проведение обзора публикаций в соответствии с целью, задачами учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	1 день
	Экспериментальный этап		
3.	Работа на рабочем месте, сбор материалов по заданию руководителя практики	Ознакомление с предприятием, его производственной, организационно-функциональной структурой. Работа с источниками правовой, статистической, аналитической информации.	1-ая неделя практики
4.	Ознакомление с нормативно-правовой документацией	Изучение технологии сбора, регистрации и обработки информации на данном предприятии. Изучение и систематизация информации по направлению подготовки реклама и связи с общественностью	1-ая неделя практики
5.	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR	Приобретение практических навыков работы на конкретных рабочих местах. Самостоятельная работа со служебными документами, регламентирующими деятельность.	2-ая неделя практики
6.	Принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	Выполнение индивидуальных заданий по поручению руководителя практики	3-я и 4-я неделя практики
7.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	Работа с аналитическими, статистическими данными о деятельности организации (по заданию руководителя практики)	5-я неделя практики
	Подготовка отчета по практике		
8.	Обработка и систематизация материала, написание отчета	Проведение опроса студентов о степени удовлетворенности работой практиканта, анализ результатов опроса Формирование пакета документов по результатам учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) Самостоятельная работа по составлению и оформлению отчета по результатам прохождения учебной практики второй учебно-ознакомительной практике (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	6-ая неделя практики
9.	Подготовка презентации и защита	Публичное выступление с отчетом по результатам учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	6-ая неделя практики

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

По итогам учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студентами оформляется отчет, в котором излагаются результаты проделанной работы и в систематизированной форме приводится обзор освоенного научного и практического материала.

Форма отчетности - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

Обучающиеся в период прохождения практики:

– выполняют **индивидуальные задания**, предусмотренные программами практики: ознакомление с нормативной документацией, определяющей деятельность подразделений по рекламе и связям с общественностью организации (предприятия); изучение организационной структуры организация (предприятия) и определение места в них подразделений по рекламе и связям с общественностью (при наличии); ознакомление с распределением функций по рекламе и связям с– общественностью в системе коммуникаций организации (предприятия); изучение системы внутренних и внешних коммуникаций организации (предприятии); ознакомление с особенностями корпоративной культуры организации (предприятия); ознакомление с корпоративными изданиями, сайтом в части рекламно-информационной деятельности и связей с общественностью; ознакомление с процессом создания текстов рекламы и связей с общественностью; проведение научно-исследовательских мероприятий: изучение литературы по актуальным вопросам рекламной и PR-деятельности организации (предприятия), сбор эмпирического материала (количественные и качественные данные) в части рекламной и PR-деятельности организации (предприятия), описание конкурентной среды.

– соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;

– соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

7.Формы отчетности учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

В отчет по практике входят:

Дневник по практике (Приложение).

В дневнике на практику руководитель практики от кафедры должен заполнить: тема, задание (перечень работ), организация (место прохождения практики), сроки начала и окончания практики, продолжительность практики, навыки (приобретенные за время практики).

Отчет по практике (Приложение).

Отчет о практике содержит сведения о конкретно выполненной работе в период практики, результат выполнения индивидуального задания, а также краткое описание предприятия, учреждения, организации (цеха, отдела, лаборатории и т.д.) и организации его деятельности, вопросы охраны труда, выводы и предложения.

Отчет должен включать следующие основные части:

Титульный лист

Оглавление,

Введение: цель, место, дата начала и продолжительность практики, перечень основных работ и заданий, выполняемых в процессе практики.

Основная часть: описание организации работы в процессе практики, практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики.

Раздел 1. …….

1.1……..

1.2. ……

Раздел 2. ……

2.1. ……..

1.2. …….

Заключение: необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики и сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Список использованной литературы

Приложения

Отчет может быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками.

Требования к отчету:

• титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями;

• текст отчета должен быть структурирован, названия разделов и подразделов должны иметь нумерацию с указанием страниц, с которых они начинаются;

• нумерация страниц, таблиц и приложений должна быть сквозной.

• текст отчета набирается в Microsoft Word и печатается на одной стороне стандартного листа бумаги формата А-4: шрифт Times New Roman – обычный, размер 14 пт; междустрочный интервал – полуторный; левое, верхнее и нижнее – 2,0 см; правое – 1,0 см; абзац – 1,25. Объем отчета должен быть: 5-15 страниц.

К отчету прилагается:

Индивидуальное задание (Приложение),

Характеристика студента,

Отзыв,

Портфолио,

Рекламные и PR тексты объемом 8 тысяч печатных знаков.

8.Образовательные технологии, используемые на учебные практики второй учебно-ознакомительной практике (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Практика носит учебно-ознакомительный характер, при ее проведении используются образовательные технологии в форме консультаций преподавателей–руководителей практики от университета и руководителей практики от организаций, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Кроме традиционных образовательных, научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии (анализ и разбор конкретных ситуаций, подготовка на их основе рекомендаций) с включением практикантов в активное взаимодействие всех участвующих в процессе делового общения.

Образовательные технологии при прохождении практики включают в себя: инструктаж по технике безопасности; экскурсия по организации; первичный инструктаж на рабочем месте; наглядно-информационные технологии (материалы выставок, стенды, плакаты, альбомы и др.); организационно-информационные технологии (присутствие на собраниях, совещаниях, «планерках», нарядах и т.п.); вербально-коммуникационные технологии (интервью, беседы с руководителями, специалистами, работниками предприятия (учреждения, жителями населенных пунктов); наставничество (работа в период практики в качестве ученика опытного специалиста); информационно-консультационные технологии (консультации ведущих специалистов); информационно-коммуникационные технологии (информация из Интернет, радио и телевидения; аудио- и видеоматериалы; работу в библиотеке (уточнение содержания учебных и научных проблем, профессиональных и научных терминов, экономических и статистических показателей, изучение содержания государственных стандартов по оформлению отчетов о научно-исследовательской работе и т.п.)

9.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на учебной практике второй учебно-ознакомительной практике (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении учебной практики второй учебно-ознакомительной (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) являются:

1. Учебная литература;

2. Нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;

3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

– ведение дневника практики;

– оформление итогового отчета по практике.

– анализ нормативно-методической базы организации;

– анализ научных публикации по заранее определённой руководителем практики теме;

– анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении учебной практики первой учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) в организации.

– работу с научной, учебной и методической литературой,

– работа с конспектами лекций, ЭБС.

– и т.д.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам.

Перечень учебно-методического обеспечения:

Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ.

Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» [электронный ресурс] . URL : www.biblioclub.ru.

Электронная библиотечная система издательства «Лань» [электронный ресурс]. URL : https://e.lanbook.com.

Электронная библиотечная система «Юрайт» [электронный ресурс] URL : http://www.biblio-online.ru.

10.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по учебной практике второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

Форма контроля учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) по этапам формирования компетенций.

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся		Формы текущего контроль	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования
	Подготовительный этап			
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	ПК-6, ПК-7	Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике	Прохождение инструктажа по технике безопасности Изучение правил внутреннего распорядка
2.	Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний	ПК-6, ПК-7	Собеседование	Проведение обзора публикаций, оформление дневника
	Экспериментальный этап			
3.	Работа на рабочем месте, сбор материалов по заданию руководителя практики	ПК-6, ПК-7	Индивидуальный опрос	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)
4.	Ознакомление с нормативно-правовой документацией	ПК-6, ПК-7	Устный опрос	Раздел отчета по практике
5.	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR	ПК-6, ПК-7	Собеседование, проверка выполнения работы	Раздел отчета по практике
6.	Принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	ПК-6, ПК-7	Проверка выполнение индивидуальных заданий	Дневник практики Раздел отчета по практике
7.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	ПК-6, ПК-7	Проверка индивидуального задания и	Дневник практики Сбор материала для отчета.

			промежуточных этапов его выполнения	
	Подготовка отчета по практике			
8.	Обработка и систематизация материала, написание отчета	ПК-6, ПК-7	Проверка: оформления отчета	Отчет
9.	Подготовка презентации и защита	ПК-6, ПК-7	Практическая проверка	Защита отчета

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник, характеристика студента, портфолио, отзыв). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
1	1. Пороговый уровень (уровень, обязательный для всех студентов)	ПК-6	Знать основы теории коммуникации Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации
		ПК-7	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий
2	Повышенный уровень (по отношению к пороговому уровню)	ПК-6	Знать основы теории коммуникации Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации Владеть навыком участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
		ПК-7	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь проводить коммуникационные кампании и мероприятия
3	Продвинутый уровень (по отношению к повышенному уровню)	ПК-6	Знать основы теории коммуникации Уметь создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации Владеть навыком участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации
		ПК-7	Знать основы планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий Уметь проводить коммуникационные кампании и мероприятия Владеть навыком принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

Критерии оценки отчетов по прохождению практики**:**
Полнота представленного материала в соответствии с индивидуальным заданием;
Своевременное представление отчёта, качество оформления

Защита отчёта, качество ответов на вопросы

Шкала и критерии оценивания формируемых компетенций в результате прохождения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Шкала оценивания	Критерии оценки
	Зачет с оценкой
«Отлично»	Содержание и оформление отчета по практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает всестороннее и глубокое знание учебного материала, выражающееся в полных ответах, точном раскрытии поставленных вопросов
«Хорошо»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются несущественные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает знание учебного материала, однако ответы неполные, но есть дополнения, большая часть материала освоена
«Удовлетворительно»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются существенные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает отдельные пробелы в знаниях учебного материала, неточно раскрывая поставленные вопросы либо ограничиваясь только дополнениями
«Неудовлетворительно»	Небрежное оформление отчета по практике и дневника прохождения практики. В отчете по практике освещены не все разделы программы практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана не выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает существенные пробелы в знаниях учебного материала, поставленные вопросы не раскрыты либо содержание ответа не соответствует сути вопроса Отчет по практике не представлен

11.Учебно-методическое и информационное обеспечение учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

а) основная литература:

1. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – Электрон. дан. – Москва : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. – 520 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/75182.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студентов вузов [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Аспект Пресс, 2016. – 159 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/97267.

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2016. – 336 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/93373.

б) дополнительная литература:

1. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2012. – 191 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176

2. Костромина, Е.А. Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект : сборник статей / Е.А. Костромина. - Москва ; Берлин : Директ- Медиа, 2014. – 92 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3088-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272546

3. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458

4. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – М. : Дашков и К°, 2015. – 488 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.

5. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2016. – 408 с. – URL: https://e.lanbook.com/book/93302#authors.

12.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:

Электронный справочник «Информио» для высших учебных заведений(www.informuo.ru);

Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // http://window.edu.ru/;

Российское образование. Федеральный образовательный портал. //http://www.edu.ru/.

13.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной практике второй учебно-ознакомительной практике, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности).

В процессе организации учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

13.1Перечень лицензионного программного обеспечения:

– Microsoft Microsoft Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);
– Microsoft Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

13.2Перечень информационных справочных систем:

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru);

14.Методические указания для обучающихся по прохождению учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Перед началом учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности.

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Методические указания для обучающихся должны раскрывать рекомендуемый режим и характер различных видов практической работы, а также выполнение самостоятельной работы. Каждый раздел завершается примерным перечнем вопросов, которые предназначены для внеаудиторной самостоятельной работы студентов и нацеливают их на формы текущего и промежуточного контроля.

Руководитель практики:

– составляет **рабочий график (план)** проведения практики;

– разрабатывает **индивидуальные задания для обучающихся (приложение)**, выполняемые в период практики;

– участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

– осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП ВО;

– оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе преддипломной практики;

– оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

– явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;

– детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;

– явиться на место практики в установленные сроки;

– выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;

– выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;

– проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;

– выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

15.Материально-техническое обеспечение учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Для полноценного прохождения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), в распоряжение студентов предоставляется необходимое для выполнения индивидуального задания по практике оборудование, и материалы.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Проведение конференций	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 302, 402)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)

Приложение 1

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ВТОРОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

по направлению подготовки (специальности)
_____

Выполнил

_____
Ф.И.О. студента

Руководитель учебной практики вторая учебно-ознакомительной практика
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков,
в том числе первичных умений и навыков
научно-исследовательской деятельности)
_____
степень, ученое звание, должность, *Ф.И.О.*

Краснодар 2017 г.

Приложение 2

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
ВТОРОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Направление подготовки (специальности) _____

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

Время проведения практики с «___»_____20__ г. по «___»_____20__г.

Дата	Содержание выполняемых работ	Отметка руководителя практики от организации (подпись)
	Инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности	

Приложение 3

ФГБОУ ВО «КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ВТОРОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Студент _____+_____
(фамилия, имя, отчество полностью)
Направление подготовки (специальности)_____

Место прохождения практики_____

Срок прохождения практики с_____ по_____2018 г

Цель практики – получение первичных профессиональных умений и навыков, применение на практике теоретических знаний, полученных в процессе обучения по направлению реклама и связи с общественностью, знакомство с основами профессии, формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО:

– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики
_____
_____
_____
_____
_____

План-график выполнения работ:

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки	Отметка руководителя практики от университета о выполнении (подпись)
1			
2			

Ознакомлен _____ _____
подпись студента *расшифровка подписи*

«____» _____ 20___г.

Приложение 4

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
результатов прохождения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики
(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

№	ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2.	Умение правильно определять и эффективно решать основные задачи				
3.	Степень самостоятельности при выполнении задания по практике				
4.	Оценка трудовой дисциплины				
5.	Соответствие программе практики работ, выполняемых студентом в ходе прохождении практики				

Руководитель практики ____ _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

№	СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ВТОРОЙ УЧЕБНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	ПК-6 способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации				
2.	ПК-7 способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий				

Руководитель практики _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Приложение 5

Примерный перечень индивидуальных заданий при прохождении практики

1. Анализ коммуникативной и деловой активности и повышение эффективности деятельности предприятия.
2. Эффективность коммуникативной деятельности организации.
3. Разработка коммуникативной стратегии развития предприятия.
4. Технология разработки и принятия управленческих коммуникативных решений.
5. Развитие коммуникативного потенциала фирмы (офиса, организации).
6. Разработка и обоснование PR-проектов.
7. Анализ и оценка эффективности проектов, реализуемых организацией.
8. Совершенствование технологий разработки управленческих решений в фирме (организации и др.).
9. Проектирование PR-деятельности фирмы (банка, организации и др.).
10. Анализ кризисных тенденций в деятельности фирмы.
11. Оптимизация репутационной деятельности организации.
12. Антикризисная программа для организации.
13. Бюджетное планирование PR-кампании.

Во время практики студенты должны научиться проводить следующие операции:

знакомство с руководством и трудовым коллективом PR-подразделения;

знакомство с учредительными документами органов по связям с общественностью;

выявление миссии (если таковая существует), целей и задач всей службы и конкретного отдела, в котором студент проходит;

описание структуры службы по связям с общественностью;

описание функциональных обязанностей специалистов подразделения;

описание формы взаимодействия между структурными подразделениями службы PR;

выделение основной целевой группы организации;

описание ресурсов данной организации по возможности его влияния на целевые группы;

описание основных принципов, методов и приемов, используемых сотрудниками данного отдела по PR:

- на этапе исследования, выявления проблемы, целевой группы;
- на этапе планирования PR-акции;
- на этапе разработки PR-акции;
- на этапе выбора каналов связей с общественностью (отбор СМИ, конкретных корреспондентов, рекламных агентств, видов рекламы и популяризации и т.д.);
- на этапе проведения акции;
- на этапе оценки акции и работы PR-подразделения в целом и т.д.

работа с аудиторией в on–line конференциях, дискуссионных листах, рассылках;

осуществление контакта с представителями традиционных СМИ посредством Интернет;

воздействие на аудиторию посредством публикации материалов и новостей в интернет–СМИ, у сетевых обозревателей, сайтах информационных агентств и СМИ, специализированных и тематических серверах;

проведение в сети рекламных акций (награждений), лотерей, конкурсов;

самостоятельно рассылать пресс-релизы и новости по электронной почте;

поручение рассылки специальной службе распространения пресс-релизов для журналистов по специальным базам данных.

участие в работе PR-службы: студент выполняет поручения руководителя практики принимающей стороны по согласованию с руководителем практики от университета в объеме, предполагаемом для студента

Материалы, подготовленные во время практики в соответствии с ее видом и задачами: Публикации (размещаются на стандартных листах формата А4 с указанием названия издания, номером и датой его выхода). - опубликованные материалы, где указаны настоящие фамилия и имя автора публикации, редакцией не заверяются; - авторство публикаций без подписи или под псевдонимом подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); - авторство материалов, принятых к публикации, но не опубликованных по независящим от студента причинам подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится дата, подпись ответственного лица, заверенная печатью организации). Аудио- и видеоматериалы: расшифровки радио - и телематериалов заверяются редакцией, если студент не предоставляет записи сюжетов на аудио или видео-носителях (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); записи аудио - или видеосюжетов предоставляются на CD или DVD–дисках. PR- и рекламные материалы (PR-тексты, сценарии, медиа-планы и т.д.) заверяются куратором практики от организации (ставится подпись ответственного лица,

заверенная печатью организации); Макеты сверстанных полос и рекламных модулей, фотоматериалы, материалы, опубликованные на информационных сайтах, заверяются руководителем редакции/организации/Интернет- ресурса (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации).

Приложение 6

Образец заявления на практику

Декану факультета журналистики
ФГБОУ ВО «КубГУ»
В.В. Касьянову
студента ___ курса ЗФО
направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Ф.И.О.,

Тел._____

Заявление

Прошу направить для прохождения учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)
_____ (г. _____) в период с _____ по _____ г.

Дата Подпись

Приложение 7

Ректору
ФГБОУ ВО «КубГУ»
М.Б. Астапову
от директора
(президента, председателя
правления и т.п.)
(название предприятия)
(Ф.И.О руководителя)

Предприятие *(название предприятия)* не возражает о прохождении учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студента … группы …. курса, …….. формы обучения, обучающихся по направлению подготовки 42.03.01. реклама и связи с общественностью.

Предприятие *(название предприятия)* подтверждает готовность обеспечить прохождение учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студента *(Ф.И.О студента)* в сроки с «___» _____ 20___ г. по «___» _____ 20___ г. в соответствии с программой практики.

Руководителем учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студента *(Ф.И.О. студента)* от предприятия назначается *(Ф.И.О. руководителя)*, контактный телефон (номер контактного телефона руководителя практики).

(подпись руководителя предприятия) (расшифровка подписи) (дата)

НА ФИРМЕННОМ БЛАНКЕ

Рабочий план-график выполнения работ:
учебной практики второй учебно-ознакомительной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

Ф.И.О. студента_____

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки	Отметка руководителя практики от организации о выполнении (подпись)
1	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности	1 день	
2	Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин базовой части учебного плана.		
3	Изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR.		
4	Участия в работе коллектива по подготовке рекламных и PR-акций.		
5	Ознакомление с нормативно-правовой документацией		
6	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR		
7	Работа с аналитическими, статистическими данными о деятельности организации (по заданию руководителя практики)		
8	Рекламные и PR тексты на 8 тысяч печатных знаков (заверенные руководителем практики от организации)		
9	Составление отчета		

Индивидуальное задание согласовано с наставником практики от предприятия

_____ _____
М.П. подпись *расшифровка подписи*

«____» _____ 20___г.

Индивидуальное задание согласовано с руководителем практики от университета

_____ _____
подпись *расшифровка подписи*

«____» _____ 20___г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Отчет руководителя практики о проведении практики
в 2017-2018 учебном году

_____ практика _____ студентов _____курса
вид практики *общее кол-во чел. / в том числе в/б*
курс
_____формы обучения, направления подготовки (специальности), _____
форма обучения *код*
_____ _____
наименование направления подготовки (специальности), специализации
шифр группы
проводилась с _____ по _____ на базе:

Ф.И.О. обучающегося	**Организация-база практики**
1	**2**

Установочная конференция проводилась: «_____»_____20____г. _____
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.

Инструктаж по технике безопасности и охране труда проводился: «_____»_____20__г. _____(ФИО проводившего инструктаж). Присутствовало_____ студентов
общее кол-во

Итоговая конференция проводилась: «_____»_____20____г. _____
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.
общее кол-во

Анализируя отзывы руководителей практики от организаций-баз практики, можно сделать вывод о том, что к возложенным обязанностям студенты относились

_____
качество решения поставленных задач
_____

_____
проявление инициативы и творческого подхода к выполняемой работе
_____

_____

соблюдение студентами рабочей дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка

В период практики студенты показали

уровень владения знаниями и применение их на практике

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
_____ Иванов А.Г.
30 июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Программа подготовки: прикладная

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):
Р.В. Патюкова, профессор, д-р филол. наук, доцент _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание — подпись

Ю.Е. Николаева, старший преподаватель _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание — подпись

Рабочая программа Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.
И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы — подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы — подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.
Председатель УМК факультета Патюкова Р.В. _____
фамилия, инициалы — подпись

Рецензенты:
И.Г. Крайних, директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»
Л.М. Величко, канд. филол. наук, директор ГБУ ДО КК «Дворец творчества»

1. Цели производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Целью прохождения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) является получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, приобретение опыта работы в рекламных и PR-отделах коммерческих и некоммерческих организаций, а также рекламных агентствах.

2. Задачи производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

1. Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин вариативной части учебного плана.
2. Приобретение практических навыков (опыта практической деятельности) в использовании знаний, умений и навыков, полученных в ходе лекционных, практических, лабораторных занятий
3. Работа в качестве пресс-секретаря, рекламного агента, менеджера по рекламе;
4. Приобретение практических навыков профессиональной деятельности;
5. Работа с потенциальными рекламодателями;
6. Составление отчетов о публикации рекламных и PR материалов;
7. Подготовка рекламных и других публикаций.

3. Место производственной практики в структуре ООП (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) относится к вариативной части Блок 2 ПРАКТИКИ.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Организация работы отделов и рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта», «Основы медиапланирования», «Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании», «Проектирование и выпуск рекламного ролика».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы.

Прохождение производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) необходимо для дальнейшего освоения направления, и, особенно, для изучения следующих дисциплин: «Предпринимательство в сфере рекламы и ПР», «Инновационные технологии в рекламе и ПР», «Брендинг территорий», «Политический маркетинг в СМИ».

Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) является обязательным этапом обучения проходит в форме выполнения обязанностей стажера (рекламиста или пиарщика) в рекламных отделах муниципальных и районных СМИ, а также филиалах (отделений, редакций) общероссийских изданий, интернет-ресурсах, издательствах, информационных агентствах, PR и рекламных отделах коммерческих и некоммерческих организациях, рекламных агентствах - при наличии постоянного договора либо ходатайства на имя декана факультета.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

4. Тип (форма) и способ проведения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Тип производственной практики: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Способ проведения практики: стационарна, выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация.

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация.

Практика проводится в следующих формах: дискретно.

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

В результате прохождения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-8; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1	ПК-1	Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	Знать основы деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью Уметь принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Владеть навыком проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
2	ПК-2	владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	Знать основы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы Уметь составлять план своей деятельности и деятельности фирмы в короткие сроки Владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
3	ПК-3	владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	Знать теоретические основы управленческой деятельности Уметь работать с малым коллективом Владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
4	ПК-8	способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	Знать теоретические основы организации, подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Владеть навыком организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
5	ПК-12	способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Владеть навыком осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации

6	ПК-13	способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	Знать теоретические основы организации рекламных кампаний и мероприятий Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия Владеть навыком под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
7	ПК-14	способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	Знать теорию рекламной деятельности Уметь реализовывать знания в области рекламы Владеть навыком реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
8	ПК-15	владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве	Знать теоретические основы работы рекламных и маркетинговых отделов Уметь работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
9	ПК-16	способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	Знать основы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы Владеть навыками подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

6.Структура и содержание производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Объем производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) составляет 12 зачетных единиц (432 часа), из них 48 часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 384 часа самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) 8 недель.

Время проведения практики курс 3 сессия 3.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
	Подготовительный этап		
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности); Изучение правил внутреннего распорядка; Прохождение инструктажа по технике безопасности	1 день
2.	Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний	Проведение обзора публикаций в соответствии с целью, задачами производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	1 день
	Экспериментальный (производственный) этап		
3.	Работа на рабочем месте, сбор материалов	Ознакомление с предприятием, его производственной, организационно-функциональной структурой.	1-ая неделя практики

		Работа с источниками правовой, статистической, аналитической информации.	
4.	Ознакомление с нормативно-правовой документацией	Изучение технологии сбора, регистрации и обработки информации на данном предприятии. Изучение и систематизация информации по направлению подготовки реклама и связи с общественностью	1-ая неделя практики
5.	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR	Приобретение практических навыков работы на конкретных рабочих местах. Самостоятельная работа со служебными документами, регламентирующими деятельность.	2-ая неделя практики
6.	Принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	Выполнение индивидуальных заданий по поручению руководителя практики	3-я и 4-я неделя практики
7.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	Работа с аналитическими, статистическими данными о деятельности организации (по заданию руководителя практики)	5-я неделя практики
	Подготовка отчета по практике		
8.	Обработка и систематизация материала, написание отчета	Проведение опроса студентов о степени удовлетворенности работой практиканта, анализ результатов опроса Формирование пакета документов по производственной практике Самостоятельная работа по составлению и оформлению отчета по результатам прохождения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	6-ая неделя практики
9.	Подготовка презентации и защита	Публичное выступление с отчетом по результатам производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	6-ая неделя практики

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

По итогам производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) студентами оформляется отчет, в котором излагаются результаты проделанной работы и в систематизированной форме приводится обзор освоенного научного и практического материала.

Форма отчетности - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

Обучающиеся в период прохождения практики:

– выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программами практики;

– соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;

– соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

7.Формы отчетности производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

В отчет по практике входят:

Дневник по практике (Приложение).

В дневнике на практику руководитель практики от кафедры должен заполнить: тема, задание (перечень работ), организация (место прохождения практики), сроки начала и окончания практики, продолжительность практики, навыки (приобретенные за время практики).

Отчет по практике (Приложение).

Отчет о практике содержит сведения о конкретно выполненной работе в период практики, результат выполнения индивидуального задания, а также краткое описание предприятия, учреждения, организации (цеха, отдела, лаборатории и т.д.) и организации его деятельности, вопросы охраны труда, выводы и предложения.

Отчет должен включать следующие основные части:

Титульный лист

Оглавление,

Введение: цель, место, дата начала и продолжительность практики, перечень основных работ и заданий, выполняемых в процессе практики.

Основная часть: описание организации работы в процессе практики, практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики.

Раздел 1. …….

1.1……..

1.2. ……

Раздел 2. ……

2.1. ……..

1.2. …….

Заключение: необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики и сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Список использованной литературы

Приложения

Отчет может быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками.

Требования к отчету:

• титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями;

• текст отчета должен быть структурирован, названия разделов и подразделов должны иметь нумерацию с указанием страниц, с которых они начинаются;

• нумерация страниц, таблиц и приложений должна быть сквозной.

• текст отчета набирается в Microsoft Word и печатается на одной стороне стандартного листа бумаги формата А-4: шрифт Times New Roman – обычный, размер 14 пт; междустрочный интервал – полуторный; левое, верхнее и нижнее – 2,0 см; правое – 1,0 см; абзац – 1,25. Объем отчета должен быть: 5-15 страниц.

К отчету прилагается:

Индивидуальное задание (Приложение),

Характеристика студента,

Отзыв,

Портфолио,

Рекламные и PR материалов объемом 10 тысяч печатных знаков.

8.Образовательные технологии, используемые на производственной практике (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Практика носит характер получения профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, при ее проведении используются образовательные технологии в форме консультаций преподавателей–руководителей практики от университета и руководителей практики от организаций, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Кроме традиционных образовательных, научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии (анализ и разбор конкретных ситуаций, подготовка на их основе рекомендаций) с включением практикантов в активное взаимодействие всех участвующих в процессе делового общения.

Образовательные технологии при прохождении практики включают в себя: инструктаж по технике безопасности; экскурсия по организации; первичный инструктаж на рабочем месте; наглядно-информационные технологии (материалы выставок, стенды, плакаты, альбомы и др.); организационно-информационные технологии (присутствие на собраниях, совещаниях, «планерках», нарядах и т.п.); вербально-коммуникационные технологии (интервью, беседы с руководителями, специалистами, работниками предприятия (учреждения, жителями населенных пунктов); наставничество (работа в период практики в качестве ученика опытного специалиста); информационно-консультационные технологии (консультации ведущих специалистов); информационно-коммуникационные технологии (информация из Интернет, радио и телевидения; аудио- и видеоматериалы; работу в библиотеке (уточнение содержания учебных и научных проблем, профессиональных и научных терминов, экономических и статистических показателей, изучение содержания государственных стандартов по оформлению отчетов о научно-исследовательской работе и т.п.)

Научно-производственные технологии при прохождении практики включают в себя: инновационные технологии, используемые в организации, изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики; эффективные традиционные технологии, используемые в организации, изучаемые и анализируемые студентами в ходе практики; консультации ведущих специалистов по использованию научно-технических достижений.

Научно-исследовательские технологии при прохождении практики включают в себя: определение проблемы, объекта и предмета исследования, постановку исследовательской задачи; разработку инструментария исследования; наблюдения, измерения, фиксация результатов; сбор, обработка, анализ и предварительную систематизацию фактического и литературного материала; использование информационно-аналитических компьютерных программ и технологий; прогноз развития ситуации (функционирования объекта исследования); использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ и технологий; систематизация фактического и литературного материала; обобщение полученных результатов; формулирование выводов и предложений по общей части программы практики; экспертизу результатов практики (предоставление материалов дневника и отчета о практике; оформление отчета о практике).

9.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) являются:

1. Учебная литература;
2. Нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

– ведение дневника практики;
– оформление итогового отчета по практике.
– анализ нормативно-методической базы организации;
– анализ научных публикации по заранее определённой руководителем практики теме;
– анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности в организации.
– работу с научной, учебной и методической литературой,
– работа с конспектами лекций, ЭБС.
– и т.д.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам.

Перечень учебно-методического обеспечения:

Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ.

Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» [электронный ресурс] . URL : www.biblioclub.ru.

Электронная библиотечная система издательства «Лань» [электронный ресурс]. URL : https://e.lanbook.com.

Электронная библиотечная система «Юрайт» [электронный ресурс]. URL : http://www.biblio-online.ru.

10.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственные практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Форма контроля производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) по этапам формирования компетенций.

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся		Формы текущего контроль	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования
	Подготовительный этап			
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15	Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике	Прохождение инструктажа по технике безопасности Изучение правил внутреннего распорядка

		ПК-16		
2.	Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в соответствующей области знаний	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	Собеседование	Проведение обзора публикаций, оформление дневника
	Экспериментальный (производственный) этап			
3.	Работа на рабочем месте, сбор материалов	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	Индивидуальный опрос	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами производственной практики
4.	Ознакомление с нормативно-правовой документацией	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	Устный опрос	Раздел отчета по практике
5.	Ознакомление со служебными документами, регламентирующими деятельность специалиста в области рекламы и PR	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	Собеседование, проверка выполнения работы	Раздел отчета по практике
6.	Принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	Проверка выполнение индивидуальных заданий	Дневник практики Раздел отчета по практике
7.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	Проверка индивидуального задания и промежуточных этапов его выполнения	Дневник практики Сбор материала для курсовой работы.
	Подготовка отчета по практике			
8.	Обработка и систематизация материала, написание отчета	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8	Проверка: оформления отчета	Отчет

		ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16		
9.	Подготовка презентации и защита	ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-8 ПК-12 ПК-13 ПК-14 ПК-15 ПК-16	Практическая проверка	Защита отчета

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник, характеристика студента, портфолио). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
1	1. Пороговый уровень (уровень, обязательный для всех студентов)	ПК-1	Знать основы деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью Уметь принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
		ПК-2	Знать основы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы Уметь составлять план своей деятельности и деятельности фирмы в короткие сроки
		ПК-3	Знать теоретические основы управленческой деятельности Уметь работать с малым коллективом Владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
		ПК-8	Знать теоретические основы организации, подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции
		ПК-12	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
		ПК-13	Знать теоретические основы организации рекламных кампаний и мероприятий
		ПК-14	Знать теорию рекламной деятельности
		ПК-15	Знать теоретические основы работы рекламных и маркетинговых отделов

		ПК-16	Знать основы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции
2	Повышенный уровень (по отношению к пороговому уровню)	ПК-1	Знать основы деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью Уметь принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
		ПК-2	Знать основы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы Уметь составлять план своей деятельности и деятельности фирмы в короткие сроки Владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
		ПК-3	Знать теоретические основы управленческой деятельности Уметь работать с малым коллективом Владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
		ПК-8	Знать теоретические основы организации, подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции
		ПК-12	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Владеть навыком осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации
		ПК-13	Знать теоретические основы организации рекламных кампаний и мероприятий Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
		ПК-14	Знать теорию рекламной деятельности Уметь реализовывать знания в области рекламы Владеть навыком реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности

		ПК-15	Знать теоретические основы работы рекламных и маркетинговых отделов Уметь работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве
		ПК-16	Знать основы подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Уметь под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
3	Продвинутый уровень (по отношению к повышенному уровню)	ПК-1	Знать основы деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью Уметь принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью Владеть навыком проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью
		ПК-2	Знать основы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы Уметь составлять план своей деятельности и деятельности фирмы в короткие сроки Владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы
		ПК-3	Знать теоретические основы управленческой деятельности Уметь работать с малым коллективом Владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
		ПК-8	Знать теоретические основы организации, подготовки к выпуску и распространению рекламной продукции Уметь организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции Владеть навыком организации подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы
		ПК-12	Знать профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Уметь под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации Владеть навыком осуществления профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных,

			коммерческих структурах, средствах массовой информации
		ПК-13	Знать теоретические основы организации рекламных кампаний и мероприятий Уметь под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия Владеть навыком под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия
		ПК-14	Знать теорию рекламной деятельности Уметь реализовывать знания в области рекламы Владеть навыком реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
		ПК-15	Знать теорию рекламной деятельности Уметь реализовывать знания в области рекламы Владеть навыком реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности
		ПК-16	Знать теоретические основы работы рекламных и маркетинговых отделов Уметь работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве Владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве

Критерии оценки отчетов по прохождению практики**:**

4. Полнота представленного материала в соответствии с индивидуальным заданием;
5. Своевременное представление отчёта, качество оформления
6. Защита отчёта, качество ответов на вопросы

Шкала и критерии оценивания формируемых компетенций в результате прохождения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) по этапам формирования компетенций

Шкала оценивания	Критерии оценки
	Зачет с оценкой
«Отлично»	Содержание и оформление отчета по практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает всестороннее и глубокое знание учебного материала, выражающееся в полных ответах, точном раскрытии поставленных вопросов
«Хорошо»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются несущественные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает знание учебного материала, однако ответы неполные, но есть дополнения, большая часть материала освоена
«Удовлетворительно»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются существенные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает отдельные пробелы в знаниях учебного материала, неточно раскрывая поставленные вопросы либо ограничиваясь только дополнениями
«Неудовлетворительно»	Небрежное оформление отчета по практике и дневника прохождения практики. В отчете по практике освещены не все разделы программы практики.

	Запланированные мероприятия индивидуального плана не выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает существенные пробелы в знаниях учебного материала, поставленные вопросы не раскрыты либо содержание ответа не соответствует сути вопроса Отчет по практике не представлен

11.Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

а) основная литература:

1. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учеб. / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин. – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2015. – 488 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56210

2. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2012. – 191 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176

3. Костромина, Е.А. Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект : сборник статей / Е.А. Костромина. - Москва ; Берлин : Директ- Медиа, 2014. – 92 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3088-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272546

4. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458

5. Преснякова, Е.А. Работа копирайтера / Е.А. Преснякова. – Москва : Интернет- Университет Информационных Технологий, 2011. - 98 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234558

б) дополнительная литература:

1.Деловое общение [Электронный ресурс] : учеб. пособие – Электрон. дан. – Москва : Дашков и К, 2013. – 528 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/56196

2. Деловое общение : учебно-методический комплекс / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО «Кемеровский государственный университет культуры и искусств», Институт социально-культурных технологий, Кафедра управления социальной сферы и др. – Кемерово : КемГУКИ, 2014. – 92 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275366

3. Ломова, О.С. Деловое общение специалиста по рекламе : учебное пособие / О.С. Ломова ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 237 с. : табл. - (Азбука рекламы). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01309-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114801

4. Титова, Л.Г. Деловое общение : учебное пособие / Л.Г. Титова. - Москва :Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-00919-3 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436853

12.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:

Электронный справочник «Информио» для высших учебных заведений(www.informuo.ru);

Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // http://window.edu.ru/;

Российское образование. Федеральный образовательный портал. //http://www.edu.ru/.

13.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по производственной практике, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

В процессе организации производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

13.1Перечень лицензионного программного обеспечения:

- Microsoft Microsoft Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);
- Microsoft Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

13.2Перечень информационных справочных систем:

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)

14.Методические указания для обучающихся по прохождению производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Перед началом производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности) на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности.

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Методические указания для обучающихся должны раскрывать рекомендуемый режим и характер различных видов практической работы, а также выполнение самостоятельной работы. Каждый раздел завершается примерным перечнем вопросов, которые предназначены для внеаудиторной самостоятельной работы студентов и нацеливают их на формы текущего и промежуточного контроля.

Руководитель практики:

– составляет **рабочий график (план**) проведения практики;

– разрабатывает **индивидуальные задания для обучающихся (приложение)**, выполняемые в период практики;

– участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

– осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП ВО;

– оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности);

– оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

– явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;

– детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;

– явиться на место практики в установленные сроки;

– выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;

– выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;

– проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;

– выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

15.Материально-техническое обеспечение производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности).

Для полноценного прохождения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), в соответствии с заключенными с предприятиями договорами, в распоряжение студентов предоставляется необходимое для выполнения индивидуального задания по практике оборудование, и материалы.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Проведение конференций	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 302, 402)
2.	Групповые	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306,

	(индивидуальные) консультации	307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)

Приложение 1

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

по направлению подготовки (специальности)
_____

Выполнил

_____
Ф.И.О. студента

Руководитель производственной практики
(практика по получению профессиональных умений и
опыта профессиональной деятельности)

_____
степень, ученое звание, должность, *Ф.И.О.*

Краснодар 2017 г.

Приложение 2

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Направление подготовки (специальности) _____

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

Время проведения практики с «___» _____20__ г. по «___» _____20__г.

Дата	Содержание выполняемых работ	Отметка руководителя практики от организации (подпись)
	Инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности	

Приложение 3

ФГБОУ ВО «КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)

Студент _____+_____
(фамилия, имя, отчество полностью)
Направление подготовки (специальности)_____

Место прохождения практики_____

Срок прохождения практики с_____ по_____201_ г

Цель практики – получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, знакомство с работой рекламных и PR отделов СМИ, приобретение опыта работы в рекламных и PR-отделах коммерческих и некоммерческих организаций, а также рекламных агентствах, формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО:
_____
_____
_____
_____
_____

План-график выполнения работ:

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки	Отметка руководителя практики от университета о выполнении (подпись)
1			
2			

Ознакомлен _____ _____
подпись студента *расшифровка подписи*

«____» _____ 20___г.

Приложение 4

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
результатов прохождения
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

№	ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2.	Умение правильно определять и эффективно решать основные задачи				
3.	Степень самостоятельности при выполнении задания по практике				
4.	Оценка трудовой дисциплины				
5.	Соответствие программе практики работ, выполняемых студентом в ходе прохождении практики				

Руководитель практики _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

№	СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКА ПО ПОЛУЧЕНИЮ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И ОПЫТА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ) КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	ПК-1				
2.	ПК-2				
3.	ПК-3				
4.	ПК-8				
5.	ПК-12				
6.	ПК-13				
7.	ПК-14				
8.	ПК-15				
9.	ПК-16				

Руководитель практики _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Приложение 5

Примерный перечень индивидуальных заданий при прохождении производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

1. Анализ коммуникативной и деловой активности и повышение эффективности деятельности предприятия.
2. Эффективность коммуникативной деятельности организации.
3. Разработка коммуникативной стратегии развития предприятия.
4. Технология разработки и принятия управленческих коммуникативных решений.
5. Развитие коммуникативного потенциала фирмы (офиса, организации).
6. Разработка и обоснование PR-проектов.
7. Анализ и оценка эффективности проектов, реализуемых организацией.
8. Совершенствование технологий разработки управленческих решений в фирме (организации и др.).
9. Проектирование PR-деятельности фирмы (банка, организации и др.).
10. Анализ кризисных тенденций в деятельности фирмы.
11. Оптимизация репутационной деятельности организации.
12. Антикризисная программа для организации.
13. Бюджетное планирование PR-кампании.

Во время практики студенты должны научиться проводить следующие операции:

знакомство с руководством и трудовым коллективом PR-подразделения;

знакомство с учредительными документами органов по связям с общественностью;

выявление миссии (если таковая существует), целей и задач всей службы и конкретного отдела, в котором студент проходит;

описание структуры службы по связям с общественностью;

описание функциональных обязанностей специалистов подразделения;

описание формы взаимодействия между структурными подразделениями службы PR;

выделение основной целевой группы организации;

описание ресурсов данной организации по возможности его влияния на целевые группы;

описание основных принципов, методов и приемов, используемых сотрудниками данного отдела по PR:

- на этапе исследования, выявления проблемы, целевой группы;
- на этапе планирования PR-акции;
- на этапе разработки PR-акции;
- на этапе выбора каналов связей с общественностью (отбор СМИ, конкретных корреспондентов, рекламных агентств, видов рекламы и популяризации и т.д.);
- на этапе проведения акции;
- на этапе оценки акции и работы PR-подразделения в целом и т.д.

работа с аудиторией в on–line конференциях, дискуссионных листах, рассылках;

осуществление контакта с представителями традиционных СМИ посредством Интернет;

воздействие на аудиторию посредством публикации материалов и новостей в интернет–СМИ, у сетевых обозревателей, сайтах информационных агентств и СМИ, специализированных и тематических серверах;

проведение в сети рекламных акций (награждений), лотерей, конкурсов;

самостоятельно рассылать пресс-релизы и новости по электронной почте;

поручение рассылки специальной службе распространения пресс-релизов для журналистов по специальным базам данных.

участие в работе PR-службы: студент выполняет поручения руководителя практики принимающей стороны по согласованию с руководителем практики от университета в объеме, предполагаемом для студента

Материалы, подготовленные во время практики в соответствии с ее видом и задачами: Публикации (размещаются на стандартных листах формата А4 с указанием названия издания, номером и датой его выхода). - опубликованные материалы, где указаны настоящие фамилия и имя автора публикации, редакцией не заверяются; - авторство публикаций без подписи или под псевдонимом подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); - авторство материалов, принятых к публикации, но не опубликованных по независящим от студента причинам подтверждается редакцией в обязательном порядке (ставится дата, подпись ответственного лица, заверенная печатью организации). Аудио- и видеоматериалы: расшифровки радио - и телематериалов заверяются редакцией, если студент не предоставляет записи сюжетов на аудио или видео-носителях (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); записи аудио - или видеосюжетов предоставляются на CD или DVD–дисках. PR- и рекламные материалы (PR-тексты, сценарии,

медиа-планы и т.д.) заверяются куратором практики от организации (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации); Макеты сверстанных полос и рекламных модулей, фотоматериалы, материалы, опубликованные на информационных сайтах, заверяются руководителем редакции/организации/Интернет- ресурса (ставится подпись ответственного лица, заверенная печатью организации).

Приложение 6

Образец заявления на практику

Декану факультета журналистики
ФГБОУ ВО «КубГУ»
В.В. Касьянову
студента ___ курса ЗФО
направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Ф.И.О.,

Тел._____

Заявление

Прошу направить для прохождения производственной практики (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)
_____ (г. _____)
в период с _____ по _____ г.

Дата Подпись

Приложение 7

ВНИМАНИЕ: гарантийное письмо оформляется на официальном бланке предприятия с указанием всех его реквизитов, а также исходящего номера, проставляемого канцелярией предприятия.

Ректору
ФГБОУ ВО «КубГУ»
М.Б. Астапову
от директора
(президента, председателя
правления и т.п.)
(название предприятия)
(Ф.И.О руководителя)

Предприятие *(название предприятия)* не возражает о прохождении производственной практики *(практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)* студентов …. группы …. курса, …….. формы обучения, обучающихся по направлению подготовки (специальности) *(наименование направления подготовки (специальности))* (приложение 1).

Предприятие *(название предприятия)* подтверждает готовность обеспечить прохождение производственной практики *(практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)* студента *(Ф.И.О студента)* в сроки с «___» _____ 20___ г. по «___» _____ 20___ г. в соответствии с программой практики.

Руководителем производственной практики *(практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)* студента *(Ф.И.О. студента)* от предприятия назначается *(Ф.И.О. руководителя)*, контактный телефон (номер контактного телефона руководителя практики).

(подпись руководителя предприятия) (расшифровка подписи) (дата)

Внимание!!! Гарантийное письмо должно быть заверено печатью предприятия (для государственных организаций – гербовой печатью)!

Приложение 8

Рабочий план-график выполнения работ:

Производственной практики (практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Ф.И.О. студента_____

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки	Отметка руководителя практики от университета о выполнении (подпись)
1	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности	1 день	
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			

Индивидуальное задание согласовано с наставником практики от предприятия

_____ _____

М.П. подпись расшифровка подписи

«____» _____ 20___г.

Индивидуальное задание согласовано с руководителем практики от университета

_____ _____

подпись расшифровка подписи

«____» _____ 20___г.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Отчет руководителя практики о проведении практики
в 2017-2018 учебном году

_____ практика _____ студентов _____курса
вид практики *общее кол-во чел. / в том числе в/б*
курс
__ _____формы обучения, направления подготовки (специальности), _____
форма обучения *код*
_____ _____
наименование направления подготовки (специальности), специализации
шифр группы
проводилась с _____ по _____ на базе:

Ф.И.О. обучающегося	Организация-база практики
1	2

Установочная конференция проводилась: «_____»_____20____г. _____
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.
Инструктаж по технике безопасности и охране труда проводился: «_____»_____20__г. _____ _____(ФИО проводившего инструктаж).
Присутствовало_____ студентов
общее кол-во
Итоговая конференция проводилась: «_____»_____20____г. _____
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.
общее кол-во

Анализируя отзывы руководителей практики от организаций-баз практики, можно сделать вывод о том, что к возложенным обязанностям студенты относились

_____
качество решения поставленных задач
_____

_____
проявление инициативы и творческого подхода к выполняемой работе
_____

_____
соблюдение студентами рабочей дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка

В период практики студенты показали

уровень владения знаниями и применение их на практике

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе, качеству образования – первый проректор
_____ Иванов А.Г.
подпись
«30» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

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

Программа подготовки: прикладная

Форма обучения: заочная

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Краснодар 2017

Рабочая программа Производственная практика (преддипломная практика) составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):
Р.В. Патюкова, профессор, д-р филол. наук, доцент _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание — подпись

Ю.Е. Николаева, старший преподаватель _____
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание — подпись

Рабочая программа Производственная практика (преддипломная практика) утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.
И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы — подпись

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы — подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.
Председатель УМК факультета Патюкова Р.В. _____
фамилия, инициалы — подпись

Рецензенты:
И.Г. Крайних, директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»
Л.М. Величко, канд. филол. наук, директор ГБУ ДО КК «Дворец творчества»

1.Цели производственной практики (преддипломная практика).

Производственная практика (преддипломная практика) проводится для выполнения выпускной квалификационной работы.

2.Задачи производственной практики (преддипломная практика).

Сбор, обработка и анализ материала для выполнения выпускной квалификационной работы

3. Место производственной практики (преддипломная практика) в структуре ООП

Производственная практика (преддипломная практика) относится к вариативной части Блок 2 ПРАКТИКИ.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Организация работы отделов и рекламы и связей с общественностью», «Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта», «Основы медиапланирования», «Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании», «Проектирование и выпуск рекламного ролика».

Производственная практика (преддипломная практика) является обязательным этапом обучения студента по направлению «Реклама и связи с общественностью». Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Предпринимательство в сфере рекламы и ПР», «Инновационные технологии в рекламе и ПР», «Основы медиапланирования», «Основы репутационного менеджмента», «Политический маркетинг в СМИ».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы.

Производственная практика (преддипломная практика) проводится в восьмом семестре как самостоятельная работа студентов во внеаудиторное время в течение 18 недель.

Производственная практика (преддипломная практика) проходит в форме выполнения выпускной квалификационной работы.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

4.Тип (форма) и способ проведения производственной практики (преддипломная практика).

Тип производственной практики: (преддипломная практика).

Способ проведения практики: стационарна, выездная.

Стационарной является практика, которая проводится в организации либо в профильной организации, расположенной на территории населенного пункта, в котором расположена организация.

Выездной является практика, которая проводится вне населенного пункта, в котором расположена организация.

Практика проводится в следующих формах: дискретно.

5.Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики (преддипломная практика), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате прохождения производственной практики (преддипломная практика) студент должен приобрести следующие профессиональные компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ПК-4; ПК-5; ПК-9; ПК-10; ПК-11.

№ п.п.	Код компетенции	Содержание компетенции (или её части)	Планируемые результаты при прохождении практики
1	ПК-4	владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	Знать основы делопроизводства Уметь готовить проектную документацию Владеть владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
2	ПК-5	способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации	Знать основы проектной деятельности Уметь реализовывать проекты Владеть навыками реализации проектов и методами их реализации
3	ПК-9	способностью проводить маркетинговые исследования	Знать основы маркетинга Уметь проводить маркетинговые исследования Владеть навыком проведения маркетинговых исследований

4	ПК-10	способностью организовывать и проводить социологические исследования	Знать теоретические основы проведения социологических исследований Уметь проводить социологические исследования Владеть навыками организации и проведения социологических исследований
5	ПК-11	способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	Знать основы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

6.Структура и содержание производственной практики (преддипломная практика).

Объем производственной практики (преддипломная практика) составляет 27 зачетных единиц 972 часа, 4 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 968 часа самостоятельной работы обучающихся.

Продолжительность производственной практики (преддипломная практика) 18 недель.

4 курс 3 сессия 2 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 538 часа самостоятельной работы обучающихся.

5 курс 2 сессия 2 часа выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем, и 430 часа самостоятельной работы обучающихся.

Содержание разделов программы практики, распределение бюджета времени практики на их выполнение представлено в таблице

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу	Содержание раздела	Бюджет времени, (недели, дни)
	Подготовительный этап		
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	Ознакомление с целями, задачами, содержанием и организационными формами научно-исследовательской практики; Прохождение инструктажа по технике безопасности	1 день
	Экспериментальный (производственный) этап		
	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала для ВКР	Изучение специальной литературы и другой научной информации, достижений отечественной и зарубежной науки в соответствующей области знаний; участие в проведении научных исследований; сбор, обработка, анализ и систематизацию научной информации по теме (заданию); составление отчета (разделов отчета) по теме или ее разделу (этапу, заданию); выступление с докладом на конференциях; подготовка к публикации статей, ведение дневника практики.	1-8 неделя
	Подготовка отчета по практике		
	Обработка и систематизация материала, написание отчета Подготовка презентации и защита	Самостоятельная работа по составлению и оформлению отчета по результатам прохождения производственной практики (преддипломная практика).	8 неделя

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

По итогам производственной практики (преддипломная практика) студентами оформляется отчет, в котором излагаются результаты проделанной работы и в систематизированной форме приводится обзор освоенного научного и практического материала.

Форма отчетности - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

Обучающиеся в период прохождения практики:

– выполняют индивидуальные задания, предусмотренные программами практики;

– соблюдают правила внутреннего трудового распорядка;

– соблюдают требования охраны труда и пожарной безопасности.

7.Формы отчетности производственной практики (преддипломная практика).

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается дневник практики и письменный отчет.

В отчет по практике входят:

Дневник по практике (Приложение).

В дневнике на практику руководитель практики от кафедры должен заполнить: тема, задание (перечень работ), организация (место прохождения практики), сроки начала и окончания практики, продолжительность практики, навыки (приобретенные за время практики).

Отчет по практике (Приложение).

Отчет о практике содержит сведения о конкретно выполненной работе в период практики, результат выполнения индивидуального задания, а также краткое описание предприятия, учреждения, организации (цеха, отдела, лаборатории и т.д.) и организации его деятельности, вопросы охраны труда, выводы и предложения.

Отчет должен включать следующие основные части:

Титульный лист

Оглавление,

Введение: цель, место, дата начала и продолжительность практики, перечень основных работ и заданий, выполняемых в процессе практики.

Основная часть: описание организации работы в процессе практики, практических задач, решаемых студентом за время прохождения практики.

Раздел 1. …….

1.1……..

1.2. ……

Раздел 2. ……

2.1. ……..

1.2. …….

Заключение: необходимо описать навыки и умения, приобретенные за время практики и сделать индивидуальные выводы о практической значимости для себя проведенного вида практики.

Список использованной литературы

Приложения

Отчет может быть иллюстрирован таблицами, графиками, схемами, заполненными бланками, рисунками.

Требования к отчету:

• титульный лист должен быть оформлен в соответствии с требованиями;

• текст отчета должен быть структурирован, названия разделов и подразделов должны иметь нумерацию с указанием страниц, с которых они начинаются;

• нумерация страниц, таблиц и приложений должна быть сквозной.

• текст отчета набирается в Microsoft Word и печатается на одной стороне стандартного листа бумаги формата А-4: шрифт Times New Roman – обычный, размер 14 пт; междустрочный интервал – полуторный; левое, верхнее и нижнее – 2,0 см; правое – 1,0 см; абзац – 1,25. Объем отчета должен быть: 5-15 страниц.

К отчету прилагается:

Индивидуальное задание (Приложение),

Характеристика студента,

Отзыв,

Портфолио,

Реферат по результатам написания выпускной квалификационной работы.

8.Образовательные технологии, используемые на производственные практики (преддипломная практика).

Практика носит научно-исследовательской характер, при ее проведении используются образовательные технологии в форме консультаций преподавателей–руководителей практики от университета и руководителей практики от организаций, а также в виде самостоятельной работы студентов.

Кроме традиционных образовательных, научно-исследовательских технологий, используемых в процессе практической деятельности, используются и интерактивные технологии (анализ и разбор конкретных ситуаций, подготовка на их основе рекомендаций) с включением практикантов в активное взаимодействие всех участвующих в процессе делового общения.

Образовательные технологии при прохождении практики включают в себя: инструктаж по технике безопасности; информационно-коммуникационные технологии (информация из Интернет, радио и телевидения; аудио- и видеоматериалы; работу в библиотеке (уточнение содержания учебных и научных проблем, профессиональных и научных терминов, экономических и статистических показателей, изучение содержания государственных стандартов по оформлению отчетов о научно-исследовательской работе и т.п.)

Научно-производственные технологии при прохождении практики включают в себя: консультации ведущих специалистов по использованию научно-технических достижений.

Научно-исследовательские технологии при прохождении практики включают в себя: определение проблемы, объекта и предмета исследования, постановку исследовательской задачи; разработку инструментария исследования; наблюдения, измерения, фиксация результатов; сбор, обработка, анализ и предварительную систематизацию фактического и литературного материала; использование информационно-аналитических компьютерных программ и технологий; прогноз развития ситуации (функционирования объекта исследования); использование информационно-аналитических и проектных компьютерных программ и технологий; систематизация фактического и литературного материала; обобщение полученных результатов; формулирование выводов и предложений по общей части программы практики; экспертизу результатов практики (предоставление материалов дневника и отчета о практике; оформление отчета о практике).

9.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на производственной практике (преддипломная практика).

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении производственной практики (преддипломная практика) являются.

1. Учебная литература;
2. Нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание производственной практики (преддипломная практика).

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

– ведение дневника практики;
– оформление итогового отчета по практике.
– анализ нормативно-методической базы организации;
– анализ научных публикации по заранее определённой руководителем практики теме;
– анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении производственной практики (преддипломная практика) в организации.
– работу с научной, учебной и методической литературой,
– работа с конспектами лекций, ЭБС.

Для самостоятельной работы представляется аудитория с компьютером и доступом в Интернет, к электронной библиотеке вуза и к информационно-справочным системам.

Перечень учебно-методического обеспечения:

Электронный каталог Научной библиотеки КубГУ.

Электронная библиотечная система «Университетская библиотека ONLINE» [электронный ресурс]. URL : www.biblioclub.ru.

Электронная библиотечная система издательства «Лань» [электронный ресурс]. URL : https://e.lanbook.com.

Электронная библиотечная система «Юрайт» [электронный ресурс] URL : http://www.biblio-online.ru.

10.Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по производственной практике (преддипломная практика).

Форма контроля производственной практики (преддипломная практика) по этапам формирования компетенций.

№ п/п	Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся		Формы текущего контроль	Описание показателей икритериев оцениваниякомпетенций наразличных этапах их формирования
	Подготовительный этап			
1.	Ознакомительная (установочная) лекция, включая инструктаж по технике безопасности	ПК-4 ПК-5 ПК-9 ПК-10 ПК-11	Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике	Прохождение инструктажа по технике безопасности Изучение правил внутреннего распорядка
2.	Изучение специальной литературы и другой научно-технической информации о достижениях отечественной и зарубежной науки и техники в	ПК-4 ПК-5 ПК-9 ПК-10	Собеседование	Проведение обзора публикаций, оформление дневника

	соответствующей области знаний	ПК-11		
	Экспериментальный (производственный) этап			
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического и литературного материала для ВКР	ПК-4 ПК-5 ПК-9 ПК-10 ПК-11	Проверка индивидуального задания и промежуточных этапов его выполнения	Дневник практики Сбор материала для дипломной работы.
	Подготовка отчета по практике			
4.	Обработка и систематизация материала, написание отчета	ПК-4 ПК-5 ПК-9 ПК-10 ПК-11	Проверка: оформления отчета	Отчет
5.	Подготовка презентации и защита	ПК-4 ПК-5 ПК-9 ПК-10 ПК-11	Практическая проверка	Защита отчета

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки документов (отчет, дневник, характеристика студента, портфолио). Документы обязательно должны быть заверены подписью руководителя практики.

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Код контролируемой компетенции (или ее части)	Основные признаки уровня (дескрипторные характеристики)
1	1. Пороговый уровень (уровень, обязательный для всех студентов)	ПК-4	Знать основы делопроизводства
		ПК-5	Знать основы проектной деятельности Уметь реализовывать проекты
		ПК-9	Знать основы маркетинга Уметь проводить маркетинговые исследования
		ПК-10	Знать теоретические основы проведения социологических исследований Уметь проводить социологические исследования
		ПК-11	Знать основы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы
2	Повышенный уровень (по отношению к пороговому уровню)	ПК-4	Знать основы делопроизводства Уметь готовить проектную документацию
		ПК-5	Знать основы проектной деятельности Уметь реализовывать проекты
		ПК-9	Знать основы маркетинга Уметь проводить маркетинговые исследования
		ПК-10	Знать теоретические основы проведения социологических исследований Уметь проводить социологические исследования Владеть навыками организации и проведения социологических исследований
		ПК-11	Знать основы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь составлять аналитические справки,

			обзоры и прогнозы Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
3	Продвинутый уровень (по отношению к повышенному уровню)	ПК-4	Знать основы делопроизводства Уметь готовить проектную документацию Владеть владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)
		ПК-5	Знать основы проектной деятельности Уметь реализовывать проекты Владеть навыками реализации проектов и методами их реализации
		ПК-9	Знать основы маркетинга Уметь проводить маркетинговые исследования Владеть навыком проведения маркетинговых исследований
		ПК-10	Знать теоретические основы проведения социологических исследований Уметь проводить социологические исследования Владеть навыками организации и проведения социологических исследований
		ПК-11	Знать основы написания аналитических справок, обзоров и прогнозов Уметь составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы Владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов

Критерии оценки отчетов по прохождению практики**:**
Полнота представленного материала в соответствии с индивидуальным заданием;
Своевременное представление отчёта, качество оформления
Защита отчёта, качество ответов на вопросы

Шкала и критерии оценивания формируемых компетенций в результате прохождения **производственной практики (преддипломная практика)**

Шкала оценивания	Критерии оценки
	Зачет с оценкой
«Отлично»	Содержание и оформление отчета по практике и дневника прохождения практики полностью соответствуют предъявляемым требованиям. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает всестороннее и глубокое знание учебного материала, выражающееся в полных ответах, точном раскрытии поставленных вопросов
«Хорошо»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются несущественные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает знание учебного материала, однако ответы неполные, но есть дополнения, большая часть материала освоена
«Удовлетворительно»	Основные требования к прохождению практики выполнены, однако имеются существенные замечания по содержанию и оформлению отчета по практике и дневника прохождения практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает отдельные пробелы в знаниях учебного материала, неточно раскрывая поставленные вопросы либо ограничиваясь только

	дополнениями
«Неудовлетворительно»	Небрежное оформление отчета по практике и дневника прохождения практики. В отчете по практике освещены не все разделы программы практики. Запланированные мероприятия индивидуального плана не выполнены. В процессе защиты отчета по практике обучающийся обнаруживает существенные пробелы в знаниях учебного материала, поставленные вопросы не раскрыты либо содержание ответа не соответствует сути вопроса Отчет по практике не представлен

11.Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики (преддипломная практика).

а) основная литература:

1. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работы и магистерской диссертации: учебно-методические указания / сост. М.Б. Астапов, О.А. Бондаренко. – Краснодар: Кубанский гос.ун-т, 2016. – 49 с.

б) дополнительная литература:

1. Дымова, И. Редактирование текстов массовой коммуникации : учебное пособие / И. Дымова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». – Оренбург : ОГУ, 2012. – 191 с. ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259176
2. Костромина, Е.А. Изучение рекламы как средства массовых коммуникаций: социолингвистический аспект : сборник статей / Е.А. Костромина. - Москва ; Берлин : Директ- Медиа, 2014. – 92 с. : ил. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-3088-4 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272546
3. Судоргина, З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. – Изд. 2-е. – Ростов-н/Д : Феникс, 2014. – 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). – ISBN 978-5-222-21909-6 ; То же [Электронный ресурс]. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458
4. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие / А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, С.А. Самойленко. – Электрон. дан. – Москва : Издательский дом "Дело" РАНХиГС, 2016. – 520 с. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/book/75182.
5. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учебное пособие для студент
6. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – М. : Дашков и К°, 2015. – 488 с. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=454107&sr=1.
7. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественност
8. Шарков, Ф.И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Ф. И. Шарков. – М. : Дашков и К°, 2016. – 408 с. – URL: https://e.lanbook.com/book/93302#authors.

12.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения производственной практики (преддипломная практика).

Профессиональные базы данных, информационные справочные системы и электронные образовательные ресурсы:

Электронный справочник «Информио» для высших учебных заведений(www.informuo.ru);

Университетская библиотека on-line (www.biblioclub.ru);

Бесплатная электронная библиотека онлайн «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // http://window.edu.ru/;

Российское образование. Федеральный образовательный портал. //http://www.edu.ru/.

13.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по производственной практике (преддипломная практика), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

В процессе организации производственной практики (преддипломная практика) применяются современные информационные технологии:

1) мультимедийные технологии, для чего ознакомительные лекции и инструктаж студентов во время практики проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых программой практики расчетов и т.д.

13.1Перечень лицензионного программного обеспечения:

– Microsoft Microsoft Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);

– Microsoft Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

13.2Перечень информационных справочных систем

Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)

14.Методические указания для обучающихся по прохождению производственной практики (преддипломная практика).

Перед началом производственной практики (преддипломная практика) на предприятии студентам необходимо ознакомиться с правилами безопасной работы и пройти инструктаж по технике безопасности.

В соответствии с заданием на практику совместно с руководителем студент составляет план прохождения практики. Выполнение этих работ проводится студентом при систематических консультациях с руководителем практики от предприятия.

Методические указания для обучающихся должны раскрывать рекомендуемый режим и характер различных видов практической работы, а также выполнение самостоятельной работы. Каждый раздел завершается примерным перечнем вопросов, которые предназначены для внеаудиторной самостоятельной работы студентов и нацеливают их на формы текущего и промежуточного контроля.

Руководитель практики:

– составляет **рабочий график (план**) проведения практики;

– разрабатывает **индивидуальные задания для обучающихся** (приложение), выполняемые в период практики;

– участвует в распределении обучающихся по рабочим местам и видам работ в организации;

– осуществляет контроль за соблюдением сроков проведения практики и соответствием ее содержания требованиям, установленным ООП ВО;

– оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе в ходе производственной практики (преддипломная практика);

– оценивает результаты прохождения практики обучающимися.

Студенты, направляемые на практику, обязаны:

– явиться на установочное собрание, проводимое руководителем практики;

– детально ознакомиться с программой и рабочим планом практики;

– явиться на место практики в установленные сроки;

– выполнять правила охраны труда и правила внутреннего трудового распорядка;

– выполнять указания руководителя практики, нести ответственность за выполняемую работу;

– проявлять инициативу и максимально использовать свои знания, умения и навыки на практике;

– выполнить программу и план практики, решить поставленные задачи и своевременно подготовить отчет о практике.

Практика для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов проводится с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

15.Материально-техническое обеспечение производственной практики (преддипломная практика).

Для полноценного прохождения производственной практики (преддипломная практика), в соответствии с заключенными с предприятиями договорами, в распоряжение студентов предоставляется необходимое для выполнения индивидуального задания по практике оборудование, и материалы.

№	Вид работ	Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) и оснащенность
1.	Проведение конференций	Лекционная аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) (ауд.: 202, 205, 302, 402)
2.	Групповые (индивидуальные) консультации	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
3.	Текущий контроль, промежуточная аттестация	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 302, 309, 402)
4.	Самостоятельная работа	Читальный зал библиотеки, кабинет для самостоятельной работы, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к

		сети «Интернет», программой экранного увеличения и обеспеченный доступ в электронную информационно-образовательную среду университета (ауд.: 401)

Приложение 1

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)

по направлению подготовки (специальности)
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Выполнил

_____
Ф.И.О. студента

Руководитель производственной практики
(преддипломная практика)
_____
степень, ученое звание, должность, Ф.И.О.

Краснодар 2017 г.

Приложение 2

ДНЕВНИК ПРОХОЖДЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)

Направление подготовки (специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

Время проведения практики с «___»_____20__ г. по «___»_____20__г.

Дата	Содержание выполняемых работ	Отметка руководителя практики от организации (подпись)
	Инструктаж по технике безопасности и пожарной безопасности	

Приложение 3

ФГБОУ ВО «КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА)

Студент _____+_____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки (специальности)_____

Место прохождения практики_____

Срок прохождения практики с_____ по_____201_ г

Цель практики – выполнение выпускной квалификационной работы, формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО:

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики
_____
_____
_____
_____
_____

План-график выполнения работ:

№	Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики	Сроки	Отметка руководителя практики от университета о выполнении (подпись)
1			
2			

Ознакомлен _____ _____
подпись студента *расшифровка подписи*

«____» _____ 20___г.

Приложение 4

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
результатов прохождения производственной практики
(преддипломная практика)
по направлению подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фамилия И.О студента _____
Курс _____

№	ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	Уровень подготовленности студента к прохождению практики				
2.	Умение правильно определять и эффективно решать основные задачи				
3.	Степень самостоятельности при выполнении задания по практике				
4.	Оценка трудовой дисциплины				
5.	Соответствие программе практики работ, выполняемых студентом в ходе прохождении практики				

Руководитель практики _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

№	СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА) КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета)	Оценка			
		5	4	3	2
1.	ПК-4				
2.	ПК-5				
3.	ПК-9				
4.	ПК-10				
5.	ПК-11				

Руководитель практики _____ _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Приложение 5

Образец заявления на практику

Декану факультета журналистики
ФГБОУ ВО «КубГУ»
В.В. Касьянову
студента ___ курса ЗФО
направления подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Ф.И.О.,

Тел._____

Заявление

Прошу направить для прохождения **производственной практики (преддипломная практика)** _____ (г. _____) в период с _____ по _____ г.

Дата Подпись

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Отчет руководителя практики о проведении практики
в 2017-2018 учебном году

_____ практика _____ студентов _____курса
вид практики *общее кол-во чел. / в том числе в/б*
курс
_____формы обучения, направления подготовки (специальности), _____
форма обучения *код*
_____ _____
наименование направления подготовки (специальности), специализации
шифр группы
проводилась с _____ по _____ на базе:

Ф.И.О. обучающегося	**Организация-база практики**
1	**2**

Установочная конференция проводилась: «_____»_____20____г.
_____
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.
Инструктаж по технике безопасности и охране труда проводился: «_____»_____20__г.
_____(ФИО проводившего инструктаж).
Присутствовало_____ студентов
общее кол-во
Итоговая конференция проводилась: «_____»_____20____г. __
место проведения
_____ Присутствовало _____ студентов.
общее кол-во

Анализируя отзывы руководителей практики от организаций-баз практики, можно сделать вывод о том, что к возложенным обязанностям студенты относились

_____
качество решения поставленных задач
_____

_____
проявление инициативы и творческого подхода к выполняемой работе
_____

_____

соблюдение студентами рабочей дисциплины и правил внутреннего трудового распорядка

В период практики студенты показали

уровень владения знаниями и применение их на практике

Приложение 4

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:
Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор
_____Иванов А.Г.
подпись
«30» июня 2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ
Б3.Б.01 (Д) ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ, ВКЛЮЧАЯ ПОДГОТОВКУ К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ПРОЦЕДУРУ ЗАЩИТЫ

Направление подготовки/специальность – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация – «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»
(наименование направленности (профиля) специализации)

Программа подготовки – прикладная
(академическая /прикладная)

Форма обучения – заочная
(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр
(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2017

Рабочая программа государственной итоговой аттестации (ГИА) составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки (профиль) 42.03.01 реклама и связи с общественностью
код и наименование направления подготовки (профиля)

Программу составил(и):
Р.В. Патюкова _____ подпись

Г.Н. Немец _____ подпись

Л.И. Демина _____ подпись

Программа государственной итоговой аттестации утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11-17 «15» июня 2017 г.

И.о. заведующего кафедрой
рекламы и связей с общественностью Немец Г.Н. _____
фамилия, инициалы подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 07-17 «21» июня 2017 г.
Председатель УМК факультета Патюкова Р.В. _____
фамилия, инициалы подпись

Рецензенты:

Зенченко О.В., генеральный директор консалтинговой группы «Династия PR».

Паншута Ю.А., магистр журналистики, главный специалист отдела пропаганды и развития новых технологий ГКУ КК (Агентство ТЭК министерства топливно-энергетического комплекса и жилищно-коммунального хозяйства).

Цели и задачи государственной итоговой аттестации (ГИА)

1.1 Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям федерального государственного образовательного стандарта. При подготовке выпускной квалификационной работы выпускники должны продемонстрировать качество освоения основных образовательных программ, систематизацию, обобщение и закрепление теоретических знаний, практических умений, демонстрацию сформированности общекультурных и профессиональных компетенций, выпускника в соответствии с требованиями ФГОС ВО, готовность к решению задач профессиональной деятельности, а также высокий уровень знаний и умений, приобретенных в период обучения. Результатом государственной итоговой аттестации (подготовка выпускной квалификационной работы) в соответствии с уровнем образовательных программ высшего образования является ВКР: для бакалавриата – в форме выпускной квалификационной работы бакалавра.

1.2 Задачи ГИА (подготовка выпускной квалификационной работы)**:**

- решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профессиональной направленности;
- демонстрировать владение общекультурными компетенциями (ОК);
- демонстрировать обладание общепрофессиональными компетенциями (ОПК);
- демонстрировать обладание профессиональными компетенциями (ПК);
- применять навыки самостоятельного научного и прикладного исследования в конкретной области;
- работать с научной литературой и другими источниками информации;
- применять методы сбора эмпирического материала и его анализа;
- использовать методы оценки эффективности предлагаемых в выпускном квалификационном исследовании мероприятий;
- применять современные методы математико-статистической обработки информации и компьютерные технологии
- творчески применять современные компьютерные технологии при сборе, хранении, обработке, анализе и передаче информации для решения профессиональных задач;
- использовать профессиональную терминологию и пользоваться языком научного исследования;
- применять коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические и языковые нормы и приёмы, приятые в разных сферах коммуникации.

1. Место ГИА в структуре основной образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) относится к базовой части Блока 3 в структуре основной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и завершается ВКР для бакалавриата – в форме выпускной квалификационной работы бакалавра, с последующим присвоением в рамках Государственной итоговой аттестации (защита выпускной квалификационной работы) квалификации «Бакалавр по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении ГИА, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной образовательной программы.

К государственной итоговой аттестации (подготовка выпускной квалификационной работы) допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) призвана продемонстрировать степень сформированности компетенций - теоретические знания и практические навыки выпускника в соответствии с компетентностной моделью.

В частности, проверяется обладание выпускниками компетенциями в области следующих предусмотренных образовательным стандартом видов профессиональной деятельности:

1. организационно-управленческая;
2. проектная;
3. коммуникационная (основной вид);
4. рекламно-информационная;
5. рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая;
6. информационно-технологическая.

После полного освоения ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускник должен обладать следующими компетенциями **(ОК/ОПК/ПК):**

общекультурные компетенции (ОК):

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

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и к самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

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

организационно-управленческая деятельность:

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

проектная деятельность:

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

коммуникационная деятельность:

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

рекламно-информационная деятельность:

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

рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

информационно-технологическая деятельность:

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной

деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

4. Объем государственной итоговой аттестации.

Общая трудоёмкость ГИА составляет 6 зач.ед., 216 часов, из них контактная работа – 20,5 ч., СР – 195,5 ч.

В Блок 3 "Государственная итоговая аттестация" входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Вид учебной работы		Всего часов	Семестры (часы)			
			-	-	-	8
Контактная работа, в том числе:		**20,5**				**20,5**
Руководство ВКР		20,0				20,0
Процедура защиты ВКР		0,5				0,5
Самостоятельная работа, в том числе:		**195,5**				**195,5**
Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.)		35				35
Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы		60				60
Подготовка и написание выпускной квалификационной работы		80				80
Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада)		20,5				20,5
Контроль:						
Подготовка к экзамену (не предусмотрен)		-				-
Общая трудоемкость	**час.**	**216**				**216**
	в том числе контактная работа	**20,5**				**20,5**
	зач. ед	**6**				**6**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Итоговой государственной аттестацией в соответствии с учебным планом является защита выпускной квалификационной работы (далее ВКР).

Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования предусмотрено выполнение выпускной квалификационной работы (далее – ВКР), что позволяет оценить не только овладение выпускником высшего учебного заведения теоретическими знаниями, но и умение применить эти знания на практике.

Основными целями выполнения и защиты ВКР являются:

- углубление, систематизация и интеграция теоретических знаний и практических навыков по направлению подготовки (специальности) высшего профессионального образования,
- развитие умения критически оценивать и обобщать теоретические положения;
- применение полученных знаний при решении прикладных задач по направлению подготовки (специальности);
- стимулирование навыков самостоятельной аналитической работы;
- овладение современными методами научного исследования;
- выяснение подготовленности студентов к практической деятельности в условиях рыночной экономики;
- презентация навыков публичной дискуссии и защиты научных идей, предложений и рекомендаций.

Государственная экзаменационная комиссия в ходе защиты выявляет наличие у автора ВКР знаний, умений и навыков, присущих работнику, способному самостоятельно решать научно-исследовательские, организационно-управленческие, научно-учебные задачи.

Вид выпускной квалификационной работы

Выпускная квалификационная работа по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выполняется в виде выпускной квалификационной работы бакалавра.

Структура выпускной квалификационной работы и требования к ее содержанию

Структура выпускной квалификационной работы определяется в требованиях к выпускным квалификационным работам по соответствующему уровню и направлению подготовки. При этом обязательным является наличие следующих разделов:

- **введение**, в котором рассматриваются основное содержание и значение выбранной темы выпускной работы, показана ее актуальность на современном этапе социально-экономического развития России. При этом должны быть определены цели и задачи, которые ставит перед собой студент при выполнении работы;

- **теоретическая часть**, в которой студент должен показать знания имеющейся научной, учебной и нормативной литературы, в т.ч. на иностранном языке по выбранной тематике;

- **практическая часть**, в которой студент должен продемонстрировать умение использовать для решения поставленных им в работе задач теоретических знаний. Студент должен провести обобщение и анализ собранного фактического материала, результаты которого должны найти свое отражение в тексте выпускной квалификационной работы;

- **заключительная часть** должна содержать выводы по проведенной работе, а также предложения или рекомендации по использованию полученных результатов;

- **список использованной литературы.**

В процессе выполнения выпускной квалификационной работы студент должен решить следующие **основные задачи**:

- обосновать актуальность выбранной темы, ее значение для конкретной сферы деятельности;

- изучить по избранной теме теоретические положения, нормативно-правовую документацию, справочную и научную литературу;

- собрать и обработать необходимый статистический материал для проведения конкретного анализа, оценки состояния исследуемой проблемы;

- изложить свою точку зрения по дискуссионным вопросам, относящимся к теме;

- провести анализ собранных данных, используя специальные методы, и сделать соответствующие выводы;

- определить направления и разработать конкретные рекомендации и мероприятия по решению исследуемой проблемы.

Рекомендуемая структура выпускной квалификационной работы бакалавра:

Содержание

Введение

Глава 1 Теоретические и методические основы изучения проблемы

Глаза 2. Анализ состояния изучаемой проблемы на исследуемом объекте и рекомендации по ее решению

Глава 3. Рекомендации и мероприятия по решению изучаемой проблемы

Заключение

Список использованных источников

Приложения

Введение является вступительной частью ВКР, в которой рассматриваются основные тенденции изучения и развития проблемы, существующее состояние, обосновывается теоретическая и практическая актуальность проблемы, формулируются цель и задачи написания работы, дается характеристика исходной экономико-статистической базы.

Основная часть работы включает главы, разделенные на параграфы и пункты, в которых последовательно и логично раскрывается содержание исследования. Количество глав, параграфов и пунктов строго не регламентируется, а зависит от специфики исследуемой проблемы и круга изучаемых вопросов. Как правило выпускная квалификационная работа состоит из двух или трех глав.

Первая глава должна иметь теоретический характер. Здесь рассматриваются теоретические и методические основы исследуемой проблемы. Эту главу целесообразно начать с характеристики сущности объекта и предмета исследования. Затем на основе изучения и систематизации современных знании выявляются причины возникновения исследуемой проблемы, прослеживаются этапы ее развития, акцентируется внимание на степень изученности данной проблемы. При этом учитываются различные точки зрения отечественных и зарубежных ученых, и высказывается авторская позиция относительно теоретических положений.

При рассмотрении теоретических вопросов целесообразно использовать статистический материал, обобщение которого позволит студенту проследить изменения состояния изучаемой проблемы за более или менее длительный период, но не менее 3-х последних лет, и выявить основные тенденции и особенности ее развития для подтверждения своей позиции. Глава должна завершаться обобщающим выводом, в котором следует найти место авторской точке зрения о теоретической и методологической базе для решения исследуемой проблемы паблик рилейшнз.

Завершается работа списком использованных источников и приложениями. В список использованных источников включаются все источники, на которые есть ссылки в тексте работы, а также изученные в процессе выполнения работы издания, материалы которых повлияли на структуру работы и ее основные положения.

В приложениях могут быть приведены вспомогательные материалы к основному содержанию работы: промежуточные расчеты решения задач, таблицы цифровых данных, иллюстрации. Наличие в ВКР приложений не является обязательным.

Выпускная квалификационная работа должна включать рукопись, отзыв научного руководителя.

Процедура защиты ВКР служат инструментом, позволяющим государственной экзаменационной комиссии сформировать обоснованное суждение о том, достиг ли ее автор в ходе освоения образовательной программы результатов обучения, отвечающих квалификационным требованиям ФГОС ВО.

Выпускной квалификационной работе должны быть присущи актуальность и новизна. Работа должна иметь научную и практическую ценность. На оценку качества влияет количество научных публикаций и докладов по теме работы.

Государственная экзаменационная комиссия в ходе защиты выявляет наличие у автора ВКР знаний, умений и навыков, присущих работнику, способному самостоятельно решать научно-исследовательские, организационно-управленческие, научно-учебные задачи.

Примерная ТЕМАТИКА выпускных квалификационных работ

Темы выпускных квалификационных работ определяются выпускающей кафедрой рекламы и связей с общественностью и утверждаются учебно-методическим советом факультета ежегодно.

Студенту предоставляется право выбора темы выпускной квалификационной работы вплоть до предложения своей темы с необходимым обоснованием целесообразности ее написания.

Примерная тематика выпускных квалификационных работ приведена в Приложении.

Требования к выпускной квалификационной работе

Общие требования

Текст ВКР готовится с помощью текстового редактора, печатается на одной странице каждого листа бумаги формата А4 (компьютерный шрифт Times New Roman – 14, интервал 1,5 для основного текста, Times New Roman – 12, интервал 1,0 – для сносок), представляется в переплете в напечатанном виде и на электронном носителе.

Абзац. Между строками 1,5 интервала. Абзац начинается с отступа. Текст выравнивается по ширине.

Поля. Левое – 3 см, правое – 1,5 см, верхнее – 2,0 см, нижнее – 2, 0 см.

Все страницы ВКР имеют сквозную нумерацию. Первой страницей считается титульный лист, на котором нумерация не ставится, на следующей странице ставится цифра «2». Порядковый номер печатается на середине верхнего поля страницы, без каких-либо дополнительных знаков (тире, точки).

ВКР должна иметь твердый переплет.

Подробный требования к оформлению выпускной квалификационной работе имеются в Методических указаниях Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работ и магистерской диссертации / сост. М.Б.Астапов, О.А.Бондаренко. Краснодар: Кубанский гос. Ун-т, 2016. – 49 с.

3. Фонд оценочных средств для защиты ВКР

Процесс защиты выпускной квалификационной работы выпускника и его соотнесение с совокупным ожидаемым результатом образования в компетентностном формате по ООП ВО представлена в таблице:

Контролируемые компетенции (шифр компетенции)	Результаты освоения образовательной программы	Оценочные средства
ОК-1	**Знать:** основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: применять философские знания для формирования мировоззренческой позиции	
	Владеть: основами философских знаний для формирования мировоззренческой позиции	
ОК-2	**Знать:** основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты;

	Уметь: анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	– оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Владеть: способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции	
ОК-3	**Знать:** основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
	Владеть: основами экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности	
ОК-4	**Знать:** основы правовых знаний применительно к различным сферам жизнедеятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	
	Владеть: основами правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	
ОК-5	**Знать:** коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать коммуникаций в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	
	Владеть: коммуникациями в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	
ОК-6	**Знать:** техники работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	
	Владеть: способностями работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	

ОК-7	**Знать:** специфику процессов самоорганизации и самообразования	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать основы самоорганизации и самообразования	
	Владеть: основами самоорганизации и самообразования	
ОК-8	**Знать:** методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
	Владеть: способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
ОК-9	**Знать:** основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	
	Владеть: основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий	
ОПК-1	**Знать:** специфику реализации профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	
	Владеть: способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах	
ОПК-2	**Знать:** специфику знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: использовать знания и навыки работы в отделах рекламы и связей с общественностью	

	Владеть: знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью	
ОПК-3	**Знать:** базовые навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	
	Владеть: базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга	
ОПК-4	**Знать:** правила, какпланировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
	Владеть: умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК-5	**Знать:** правила, как проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
	Владеть: умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия	
ОПК-6	**Знать:** правила, как решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь: решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	

	Владеть: способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	
ПК-1	**Знать:**как принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	
	Владеть:способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью	
ПК-2	**Знать:**навыки по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	
	Владеть:навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы	
ПК-3	**Знать:**навыки организационно-управленческой работы с малыми коллективами	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	
	Владеть:навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами	

ПК-4	**Знать:**навыки подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	
	Владеть:навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)	
ПК-5	**Знать:**как, реализовать проекты и владением методами их реализации	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:реализовать проекты и владением методами их реализации	
	Владеть:способностью реализовать проекты и владением методами их реализации	
ПК-6	**Знать:**как, участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	
	Владеть:способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации	
ПК-7	**Знать:**как, принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	
	Владеть:способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий	
ПК-8	**Знать:**как, организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии)

	Уметь:организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	– отзыв научного руководителя;
	Владеть:способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы	
ПК-9	**Знать:**как, проводить маркетинговые исследования	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:проводить маркетинговые исследования	
	Владеть:способностью проводить маркетинговые исследования	
ПК-10	**Знать:**как, организовывать и проводить социологические исследования	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:организовывать и проводить социологические исследования	
	Владеть:способностью организовывать и проводить социологические исследования	
ПК-11	**Знать:**как, владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
	Владеть:способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов	
ПК-12	**Знать:**как, под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	
	Владеть:способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации	

ПК-13	**Знать:**как, под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	
	Владеть:способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия	
ПК-14	**Знать:**как, реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	
	Владеть:способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности	
ПК-15	**Знать:** как, владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве	
	Владеть:навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе рекламном агентстве	
ПК-16	**Знать:**специфику подготовку к выпуску, производства и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии) – отзыв научного руководителя;
	Уметь:осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	
	Владеть:навыками подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы	

1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР.

1. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работы и магистерской диссертации: учебно-методические указания / сост. М.Б. Астапов, О.А. Бондаренко. – Краснодар: Кубанский гос.ун-т, 2016, 49 с.

3. Положение о подготовке и защите выпускных квалификационных работ. – [Электронный ресурс], - URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/docs/p8.pdf.

2. Методические указания по выполнению выпускной квалификационной работы.

Порядок выполнения выпускных квалификационных работ.

Продолжительность подготовки ВКР определяется учебным планом.

Список рекомендуемых тем ВКР утверждается выпускающий кафедрой и доводится до сведения выпускников не позднее, чем за восемь месяцев до защиты ВКР.

Выпускнику может предоставляться право выбора темы ВКР в порядке, определяемом заведующим выпускающей кафедры, вплоть до предложения своей тематики с необходимым обоснование целесообразности ее разработки.

Выпускник обязан выбрать примерную тему ВКР не позднее, чем за шесть месяцев до защиты ВКР

Для руководства ВКР заведующим кафедрой назначается научный руководитель в сроки, не позднее утверждения учебной нагрузки на следующий учебный год.

Определяющим при назначении научного руководителя ВКР является его квалификация, специализация и направление научной работы. При необходимости студенту назначаются консультанты.

Смена научного руководителя и принципиальное изменение темы ВКР возможны в исключительных случаях по решению заведующего кафедрой не позднее трех месяцев до защиты ВКР.

Окончательные варианты темы ВКР, выбранные выпускником и согласованные с научным руководителем, утверждаются выпускающий кафедрой не позднее, чем за один месяц до защиты ВКР

Научный руководитель ВКР осуществляет руководство и консультационную помощь в процессе подготовки ВКР в пределах времени, определяемого нормами педагогической нагрузки.

Порядок и сроки представления ВКР научному руководителю и в ГЭК.

После завершения подготовки обучающимся выпускной квалификационной работы руководитель выпускной квалификационной работы представляет письменный отзыв о работе обучающегося в период подготовки выпускной квалификационной работы (далее - отзыв). В случае выполнения выпускной квалификационной работы несколькими обучающимися руководитель выпускной квалификационной работы представляет отзыв об их совместной работе в период подготовки выпускной квалификационной работы.

Подготовленная и полностью оформленная работа вместе с отзывом научного руководителя, рецензией и, при наличии, справками о практическом использовании результатов представляется на выпускающую кафедру для прохождения нормоконтроля и последующей процедуры предварительной защиты.

Для проведения рецензирования выпускной квалификационной работы указанная работа направляется организацией одному или нескольким рецензентам из числа лиц, не являющихся работниками университета, в которой выполнена выпускная квалификационная работа. Рецензент проводит анализ выпускной квалификационной работы и представляет в организацию письменную рецензию на указанную работу (далее - рецензия).

Факультет обеспечивает ознакомление обучающегося с отзывом и рецензией (рецензиями) не позднее чем за 5 календарных дней до дня защиты выпускной квалификационной работы.

Выпускная квалификационная работа, отзыв и рецензия (рецензии) передаются в государственную экзаменационную комиссию не позднее чем за 2 календарных дня до дня защиты выпускной квалификационной работы

Тексты выпускных квалификационных работ, за исключением текстов выпускных квалификационных работ, содержащих сведения, составляющие государственную тайну, размещаются организацией в электронно-библиотечной системе университета и проверяются на объем заимствования.

Порядок защиты выпускной квалификационной работы.

Защита выпускной квалификационной работы осуществляется на заседании государственной экзаменационной комиссии (ГЭК), утверждаемой в установленном порядке.

К государственной итоговой аттестации допускается обучающийся, не имеющий академической задолженности и в полном объеме выполнивший учебный план или индивидуальный учебный план по соответствующей образовательной программе высшего образования.

После завершения защиты всех ВКР, предусмотренных по графику на текущий день, объявляется перерыв для обсуждения членами комиссии итогов защиты и выставления окончательной оценки студентам. Результаты защиты определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в устной форме, объявляются в день его проведения, результаты государственного аттестационного испытания, проводимого в письменной форме, - на следующий рабочий день после дня его проведения.

Председатель ГЭК сообщает выпускникам окончательные итоги защиты выпускных квалификационных работ.

Наиболее интересные в теоретическом и практическом отношении ВКР могут быть рекомендованы к опубликованию в печати, а также представлены к участию в конкурсе научных работ.

4. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для подготовки к защите ВКР

а) основная литература:

1. Связи с общественностью: Теория, практика, коммуникативные стратегии: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] учеб. пособие / С.А. Шомова [и др.]. — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2013. — 198 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68854 — Загл. с экрана.

2. Чумиков, А.Н. Реклама и связи с общественностью: Имидж, репутация, бренд: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс] учеб. пособие — Электрон. дан. — М.: Аспект Пресс, 2014. — 159 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68866 — Загл. с экрана.

3. Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие. [Электронный ресурс] учеб. пособие — Электрон. дан. — М., Дашков и К, 2014. — 336 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/56211 — Загл. с экрана.

б) дополнительная литература:

1. Данилина, В.В. Связи с общественностью. Составление документов: Теория и практика: Учеб. пособие для студентов вузов. [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.В. Данилина, Л.В. Минаева, Л.К. Салиева. — Электрон. дан. — М: Аспект Пресс, 2012. — 320 с. — Режим доступа: http://e.lanbook.com/book/68858 — Загл. с экрана.

в) нормативная литература

1. ГОСТ Р 7.0.5–2008. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления. Москва, 2008. – 46 с.

2. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 29.07.2017) "Об образовании в Российской Федерации".

3. ГОСТ 7.1- 2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Москва, 2004.- 48с.

4. Положение о подготовке и защите выпускных квалификационных работ КубГУ

5. Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»

г) периодические издания

1. «Научный вестник Кубанского государственного университета. Медиакоммуникация»
2. «Вестник МГУ. Серия: Журналистика»

5. Перечень информационных технологий, используемых при подготовке к ГИА, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

а) в процессе организации подготовки к ГИА применяются современные **информационные технологии:**

1) мультимедийные технологии, для чего защиты проводятся в помещениях, оборудованных экраном, видеопроектором, персональными компьютерами.

2) компьютерные технологии и программные продукты, необходимые для сбора и систематизации информации, проведения требуемых расчетов и т.д.

б) перечень лицензионного программного обеспечения:

- Microsoft Microsoft Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);
- Microsoft Microsoft Office Professional Plus (Текстовый редактор, табличный редактор, редактор презентаций, СУБД, дополнительные офисные инструменты, клиент электронной почты).

в) перечень информационных справочных систем:

– Информационно-правовая система «Гарант» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://garant.ru/

– Информационно-правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://consultant.ru/

– Электронно-библиотечная система «Консультант студента» (www.studmedlib.ru);

– Электронная библиотечная система eLIBRARY.RU (http://www.elibrary.ru)

10. Порядок проведения ГИА для лиц с ограниченными возможностями здоровья.

При проведении государственной итоговой аттестации обеспечивается соблюдение следующих общих требований:

– проведение государственной итоговой аттестации для инвалидов в одной аудитории совместно с обучающимися, не являющимися инвалидами, если это не создает трудностей для инвалидов и иных обучающихся при прохождении государственной итоговой аттестации;

– присутствие в аудитории ассистента (ассистентов), оказывающего обучающимся инвалидам необходимую техническую помощь с учетом их индивидуальных особенностей (занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, общаться с председателем и членами государственной экзаменационной комиссии);

– пользование необходимыми обучающимся инвалидам техническими средствами при прохождении государственной итоговой аттестации с учетом их индивидуальных особенностей;

– обеспечение возможности беспрепятственного доступа обучающихся инвалидов в аудитории, туалетные и другие помещения, а также их пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, при отсутствии лифтов аудитория должна располагаться на первом этаже, наличие специальных кресел и других приспособлений).

По письменному заявлению обучающегося инвалида продолжительность сдачи обучающимся инвалидом государственного аттестационного испытания может быть увеличена по отношению к установленной продолжительности его сдачи:

– продолжительность выступления обучающегося при защите выпускной квалификационной работы - не более чем на 15 минут.

В зависимости от индивидуальных особенностей обучающихся с ограниченными возможностями здоровья обеспечивается выполнение следующих требований при проведении государственного аттестационного испытания:

а) для слепых:

– задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением для слепых, либо зачитываются ассистентом;

– письменные задания выполняются обучающимися на бумаге или на компьютере со специализированным программным обеспечением для слепых, либо надиктовываются ассистенту;

– при необходимости обучающимся предоставляется комплект письменных принадлежностей и бумага, компьютер со специализированным программным обеспечением для слепых;

б) для слабовидящих:

– задания и иные материалы для сдачи государственного аттестационного испытания оформляются увеличенным шрифтом;

– обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

– при необходимости обучающимся предоставляется увеличивающее устройство, допускается использование увеличивающих устройств, имеющихся у обучающихся;

в) для глухих и слабослышащих, с тяжелыми нарушениями речи:

– обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости обучающимся предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

– по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в письменной форме;

г) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):

– письменные задания выполняются обучающимися на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

– по их желанию государственные аттестационные испытания проводятся в устной форме.

Обучающийся инвалид не позднее чем за 3 месяца до начала проведения государственной итоговой аттестации подает письменное заявление о необходимости создания для него специальных условий при проведении государственных аттестационных испытаний с указанием его индивидуальных особенностей. К заявлению прилагаются документы, подтверждающие наличие у обучающегося индивидуальных особенностей.

11. Материально-техническая база, необходимая для проведения ГИА

Для проведения государственной итоговой аттестации необходима материально- техническая база, соответствующая действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности.

№	Наименование специальных* помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень оборудования и технических средств обучения
1.	Кабинет для самостоятельной работы (для выполнения ВКР) ауд.401	• рабочее место для консультанта-преподавателя; • компьютер, принтер; • рабочие места для обучающихся; • лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения; • комплект учебно-методической документации.
2.	Групповые (индивидуальные)	Аудитория (столы, стулья) (ауд.: 202, 205, 209, 301, 302, 304, 305,

	консультации	306, 307, 308, 309, 310, 402, 404, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412)
3.	Кабинет (для защиты ВКР) ауд. (ауд.: 202, 205, 301, 302, 310, 402, 410, 412)	• рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; • компьютер, мультимедийный проектор, экран; • лицензионное программное обеспечение общего и специального назначения.

Приложение 1

Примерная тематика выпускных квалификационных работ
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью,
направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»

1. Продвижение отечественной транснациональной корпорации (на примере ПАО «Газпром»).
2. Печатная реклама образовательного учреждения (на примере Ейского педагогического колледжа).
3. Традиционные и инновационные формы продвижения федеральной целевой программы «Русский язык».
4. Роль дипломатической службы РФ (МИД РФ) в международных PR-коммуникациях.
5. Геокультурный брендинг исторических городов России как фактор создания имиджа государства.
6. Проблемы культуры и литературы в онлайн-версиях печатных изданий и электронных СМИ («Свободная пресса», «День литературы», «Литературная газета» и др.)
7. Проблемы и пути формирования имиджа России на международной арене (на примере работы телеканала «Russia Today»).
8. Освещение событий на Украине: сравнительный анализ подачи информации в отечественных и зарубежных СМИ.
9. Технологи генерации лидов: традиционные и инновационные способы.
10. Специфика подготовки текстов для СМИ с учетом новой конфигурации российского массового сознания.
11. Освещение ВФМС-2018 в периодике Краснодарского края.
12. Специфика продвижения женских периодических изданий (на примере журнала Vogue Россия).
13. Формирование образа современной женщины в СМИ.
14. Специалист по связам с общественностью и журналист регионального СМИ: перспективы взаимодействия.
15. Особенности редактирования текстов современных общественно-политических деятелей: региональный аспект.
16. Социальные технологии управления в СМИ: региональный аспект.
17. Оптимизация работы телевизионной студии посредством воспитания универсального телевизионного журналиста (на примере телевизионной студии Факультета журналистики КубГУ).
18. Специфика подачи информации в интернет-СМИ.

Приложение 2

Титульный лист ВКР

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО КубГУ)

Кафедра рекламы и связей с общественностью

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ В ГЭК
Научный руководитель, должность
Ученая степень, ученое звание
Инициалы, фамилия _____
(Подпись)
_____ 2018 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
БАКАЛАВРА

НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ

Работу выполнил _____ Инициалы, фамилия
(подпись)
Факультет _____

Направление_____

Нормоконтролер,
должность, ученая степень,
ученое звание_____ Инициалы, фамилия
(подпись)

Краснодар 2018

Приложение 3

Образец оглавления ВКР

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....
1 .....
1.1 .....
1.2 .....…
……..
…… ……
1.3 .....…
…….....
1.4 .....
.
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....

Приложение 4

Форма отзыва руководителя выпускной квалификационной работы

Федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего профессионального образования
«Кубанский государственный университет»
факультет журналистики
кафедра рекламы и связей с общественностью

Отзыв руководителя о выпускной квалификационной работе

студента (ки) _____
(фамилия, имя, отчество)

Группа _____

На тему: _____
_____

1 Объем работы: количество страниц _____. Графическая часть _____ листов.

2 Цель и задачи дипломного исследования: ___ _____
_____

3 Актуальность, теоретическая, практическая значимость темы исследования: _____
_____
_____

4 Соответствие содержания работы заданию (полное или неполное): _____

5 Степень самостоятельности и способности дипломника к исследовательской работе (умение и навыки искать, обобщать, анализировать материал и делать выводы):
_____
_____

6 Оценка деятельности студента в период выполнения дипломной работы (степень добросовестности, работоспособности, ответственности, аккуратности и т.п.): _____

7 Целесообразность и возможность внедрения результатов выпускной квалификационной работы
_____

Руководитель _____
(фамилия, имя, отчество, должность, ученая степень, ученое звание)

Дата: «____» _____ 20___ г. Подпись: _____

Приложение5

Заявление студента-выпускника на утверждение темы и научного руководителя выпускной квалификационной работы

Заведующему кафедрой рекламы и связей с общественностью
_____
_____
студента ОФО (ЗФО) направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
_____
_____

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу утвердить тему выпускной квалификационной работы
_____
_____
_____
_

В качестве научного руководителя работы прошу утвердить
_____
_____
(фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание)
_____
(занимаемая должность)

Предполагаемый предмет исследования
_____
_____

Предполагаемый объект исследования
_____
_____

Подпись студента _____

Подпись научного руководителя _____

Приложение 6

Форма заявления на изменение темы ВКР

Заведующему кафедрой рекламы и связей с общественностью
_____
_____
студента ОФО (ЗФО) направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
_____
_____

Заявление

Прошу изменить тему моей выпускной квалификационной работы:
«_____
_____
_____
_____»

Дата _____ Подпись студента _____

Согласовано с научным руководителем _____
(подпись научного руководителя)

Приложение 5. Матрица соответствия компетенций, составных частей ООП и оценочных средств для направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью, профиль «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»

Структура учебного плана (бакалавриат)	компетенции																															
	Общекультурные компетенции									Общепрофессиональные компетенции						Профессиональные компетенции																
	ОК1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК 1**	**ОПК 2**	**ОПК 3**	**ОПК 4**	**ОПК 5**	**ОПК 6**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК 14**	**ПК 15**	**ПК 16**
Б.1 Дисциплины (модуль)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б1.Б Базовая часть	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б1.Б.01. Русский язык и культура речи					+																											
Б1.Б.01.01 Русский язык					+																											
Б1.Б.01.02 Практикум по русскому языку					+																											
Б1.Б.01.03 Практикум по культуре речи					+																											
Б1.Б.01.04 Основы культуры речи					+																											
Б1.Б.02 Иностранный язык					+																											

Б1.Б.03 История		+																													
Б1.Б.03.01 Отечественная история		+																													
Б1.Б.03.02 История Кубани		+																													
Б1.Б.04 Культурология		+				+																									
Б1.Б.05 Психология						+	+																								
Б1.Б.06 Социология						+																			+						
Б1.Б.07 Философия	+																														
Б1.Б.08 Экономика			+																												
Б1.Б.09 Математика и статистика															+											+					
Б1.Б.10 Компьютерные технологии и информатика															+											+					
Б1.Б.10.01 Информатика															+											+					
Б1.Б.10.02 Современные компьютерные технологии															+											+					
	ОК1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК 14**	**ПК 15**	**ПК 16**
Б1.Б.11 Модуль 1 Коммуникология				+	+	+	+					+	+	+							+	+			+	+	+				
Б1.Б.11.01													+								+	+									

Основы теории коммуникации																															
Б1.Б.11.02 Социология массовых коммуникаций						+																			+	+					
Б1.Б.11.03 Психология массовых коммуникаций						+							+	+																	
Б1.Б.11.04 Теория и практика массовой информации												+	+	+													+				
Б1.Б.11.05 Язык массовых коммуникаций					+																										
Б1.Б.11.06 Технологии управления общественным мнением				+									+	+																	
Б1.Б.11.07 Копирайтинг												+																			
Б1.Б.11.08 Спичрайтинг												+									+	+									
Б1.Б.11.09 Имиджмейкинг							+														+										
Б1.Б.11.10 Риторика					+																	+									
	ОК1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК 1**	**ОПК 2**	**ОПК 3**	**ОПК 4**	**ОПК 5**	**ОПК 6**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК 14**	**ПК 15**	**ПК 16**
Б1.Б.12 Модуль 2 Интегрированные										+			+	+	+					+		+	+			+	+	+	+		+

коммуникации																															
Б1.Б.12.01 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)										+			+	+								+					+	+	+		
Б1.Б.12.02 Инновационные технологии в рекламы ПР															+					+										+		
Б1.Б.12.03 Разработка и технология производства рекламного и ПР-продукта												+											+								+
Б1.Б.12.04 Брендинг										+																+		+			
Б1.Б.12.05 Технологии социальных сетей в рекламе и ПР															+													+			+
	ОК1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК 14**	**ПК 15**	**ПК 16**
Б1.Б.13 Модуль 3 Менеджмент					+	+			+		+				+	+	+	+	+	+	+	+								+	
Б1.Б.13.01 Деловое общение					+	+																									
Б1.Б.13.02 Основы						+											+	+													

менеджмента																															
Б1.Б.13.03 Организация работы отделов рекламы и связей с общественность ю											+					+														+	
Б1.Б.13.04 Основы репутационного менеджмента						+										+					+										
Б1.Б.13.05 Консалтинг в связях с общественность ю											+								+	+											
Б1.Б.13.06 Связи с общественность ю в кризисных ситуациях									+						+																
Б1.Б.13.07 Современная пресс-служба											+										+	+									
	ОК 1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК 1**	**ОПК 2**	**ОПК 3**	**ОПК 4**	**ОПК 5**	**ОПК 6**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК 14**	**ПК 15**	**ПК 16**
Б1.Б.14 Модуль 4 Маркетинг			+										+											+		+				+	
Б1.Б.14.01 Основы маркетинга			+																					+		+				+	
Б1.Б.14.02 Маркетинговые исследования и ситуационный			+																					+		+					

анализ																															
Б1.Б.14.03 Основы медиапланирования													+																		
Б1.Б.15 Безопасность жизнедеятельности									+																						
Б1.Б.16 Физическая культура								+																							
	ОК 1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ОПК**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК**	**ПК**	**ПК**
Б1.В Вариативная часть		+		+		+	+	+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б1.В.01 Основы имиджелогии							+														+										
Б1.В.02 Предпринимательство в сфере рекламы и ПР																	+	+	+												
Б1.В.03 Брендинг территории													+	+						+					+						
Б1.В.04 Политический маркетинг в СМИ																			+					+						+	
Б1.В.05 Информационна															+							+					+				

я политика																														
Б1.В.06 Теория и практика информационных войн														+							+				+					
	ОК 1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК 1**	**ОПК 2**	**ОПК 3**	**ОПК 4**	**ОПК 5**	**ОПК 6**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК 14**	**ПК 15**	**ПК 16**
Б1.В.ДВ. Дисциплины по выбору		+																		+										
Б1.В.ДВ.01.01 История мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел		+																		+										
Б1.В.ДВ.01.02 История мировой литературы и искусства в контексте рекламы и ПР. Зарубежный раздел		+																		+										
Б1.В.ДВ.02.01 Политический дискурс																					+	+								
Б1.В.ДВ.02.02 Организация и проведение избирательной кампании																					+	+								

Б1.В.ДВ.03.01 Региональный рекламно-информационный рынок																						+			+					
Б1.В.ДВ.03.02 Медиакарта региона																						+			+					
Б1.В.ДВ.04.01 Искусство бизнес-презентации																						+								+
Б1.В.ДВ.04.02 Переговорный процесс																						+								+
Б1.В.ДВ.05.01 Основы бухгалтерского учета и аудита в профессиональной сфере															+										+					
Б1.В.ДВ.05.02 Экспертные оценки в профессиональной сфере															+										+					
Б1.В.ДВ.06.01 Профессиональная этика специалиста по рекламе и ПР						+														+										
Б1.В.ДВ.06.02 Профессиональные этические кодексы						+														+										
Б1.В.ДВ.07.01 История		+																	+											

мировой литературы в контексте рекламы и ПР. Русский раздел																														
Б1.В.ДВ.07.02 История мировой литературы и искусства в контексте рекламы и ПР. Русский раздел		+																	+											
Б1.В.ДВ.08.01 Интернет-реклама																						+								+
Б1.В.ДВ.08.02 Вирусная реклама																						+								+
Б1.В.ДВ.09.01 Работа с текстами в рекламе и ПР											+											+								
Б1.В.ДВ.09.02 Стилистика и литературной редактирование рекламных и ПР-текстов											+											+								
Б1.В.ДВ.10.01 Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности				+																							+			
Б1.В.ДВ.10.02 Правовое				+																							+			

регулирование рекламно-информационной деятельности																														
Б1.В.ДВ.11.01 Мастер-класс 1																				+	+									
Б1.В.ДВ.11.02 Мастер-класс 2																				+	+									
Б1.В.ДВ.12.01 Подготовка и проведение рекламной и ПР-кампании																					+						+	+		
Б1.В.ДВ.12.02 Рекламно-информационный практикум																					+						+	+		
Б1.В.ДВ.13.01 Работа в творческой студии																						+								+
Б1.В.ДВ.13.02 Журналистское мастерство в контексте рекламной и ПР-деятельности																						+								+
Б1.В.ДВ.14.01 Спецсеминар 1															+															
Б1.В.ДВ.14.02 Спецсеминар 2															+															
Б1.В.ДВ.15.01 Выпуск рекламной / корпоративной газеты, сетевого издания																						+								+

Б1.В.ДВ.15.02 Выпуск рекламной / корпоративной теле-, радиопрограммы																						+							+
Б1.В.ДВ.16.01 Проектирование и выпуск рекламного ролика																			+			+							
Б1.В.ДВ.16.02 Проектирование и выпуск рекламного плаката																			+			+							
Б1.В.ДВ.17.01 Цифровая допечатная подготовка издательской продукции																						+							+
Б1.В.ДВ.17.02 Цифровая допечатная подготовка рекламной и ПР-продукции																						+							+
Б1.В.ДВ.18 Элективные дисциплины по физической культуре и спорту							+																						
Б1.В.ДВ.18.01 Баскетбол							+																						
Б1.В.ДВ.18.02 Волейбол							+																						

Б1.В.ДВ.18.03 Бадминтон								+																							
Б1.В.ДВ.18.04 Общая физическая и профессиональн о-прикладная подготовка								+																							
Б1.В.ДВ.18.05 Футбол								+																							
Б1.В.ДВ.18.06 Легкая атлетика								+																							
Б1.В.ДВ.18.07 Атлетическая гимнастика								+																							
Б1.В.ДВ.18.08 Аэробика и фитнес технологии								+																							
Б1.В.ДВ.18.09 Единоборства								+																							
Б1.В.ДВ.18.10 Плавание								+																							
Б1.В.ДВ.18.11 Физическая рекреация								+																							
	ОК 1	**ОК 2**	**ОК 3**	**ОК 4**	**ОК 5**	**ОК 6**	**ОК 7**	**ОК 8**	**ОК 9**	**ОПК 1**	**ОПК 2**	**ОПК 3**	**ОПК 4**	**ОПК 5**	**ОПК 6**	**ПК 1**	**ПК 2**	**ПК 3**	**ПК 4**	**ПК 5**	**ПК 6**	**ПК 7**	**ПК 8**	**ПК 9**	**ПК 10**	**ПК 11**	**ПК 12**	**ПК 13**	**ПК 14**	**ПК 15**	**ПК 16**
Б2 Практики																+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б2.В Вариативная часть																+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Б2.В.01 Учебная практика																					+	+									
Б2.В.01.01(У)																					+	+									

Первая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)																														
Б2.В.01.02(У) Вторая учебно-ознакомительная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)																				+	+									
Б2.В.02 Производственная практика															+	+	+	+	+			+	+	+	+	+	+	+	+	
Б2.В.02.01(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта															+	+	+					+				+	+	+	+	+

профессиональной деятельности																														
Б2.В.02.02(Пд) Преддипломная практика																		+	+				+	+	+					
Б3 Государственная итоговая аттестация	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ФТД Факультативы																			+	+	+				+					
ФТД.В Вариативная часть																			+	+	+				+					
ФТД.В.01 Корпоративный PR																				+	+									
ФТД.В.02 Современные компьютерные технологии в PR																			+						+					

ПРОТОКОЛ ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ НА 2018/2019 УЧЕБНЫЙ ГОД

По направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления
Тип образовательной программы прикладной бакалавриат
Квалификация бакалавр
Форма обучения заочная
Год набора **2017 г.**

С учетом развития практики, технологий, а также результатов внутреннего мониторинга образовательного процесса, результатов самообследования, потребностей работодателя, рекомендаций, выработанных системой менеджмента качества, произвести обновление основной образовательной программы:

№	Вид обновлений	Содержание вносимых изменений	Причины изменений
1.	Обновления, изменения и дополнения вносимые в характеристику ООП	Изменение в п. 1.2. Нормативные документы, регламентирующие разработку образовательной программы	Изменения в нормативно правовой базе: приказы Минобрнауки РФ и локальные акты университета
2.		Изменение в п. 4.4. Рабочие программы практик	Изменение базы практики: Договор № 21/2019-п от 04.09.2018г. (до 04.09.2019г.) на проведение учебной практики обучающихся в профильной организации Event-агентство «Креативная группа МЯТА» Договор № 34/2019-п от 10.10.2018г. (10.10.2019) на проведение производственной практики обучающихся в профильной организации ООО «Индиго ЛАЙТ». Договор № 9/2019-п от 03.09.2018г. (до 03.09.2019г.) на проведение производственной в том числе преддипломной практики обучающихся в профильной организации ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет»
3.		Изменения в п. 5.1. Кадровые условия реализации программы	Изменения в кадровом обеспечении: прием на работу / увольнение руководящих и научно-педагогических работников, а также лиц, привлекаемых на условиях гражданско-правового договора. Утверждение председателя и членов ГЭК
4.		Обновление в п. 5.3 Материально-техническое обеспечение образовательного процесса в вузе при реализации программы	Обновление перечня материально-технического обеспечения образовательного процесса (демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий) Обновление перечня лицензионного программного обеспечение
5.	Обновление и изменения в рабочие программы дисциплин	Дополнение в содержании рабочих программ дисциплин	Учет новых достижений науки и образовательной практики
		Обновление тематики курсовых работ (проектов)	Учет дополнительных рекомендаций работодателей по формированию вариативной части программы
6.		Обновление оснащенности специальных	Обновление перечня материально-

		помещений и помещений для самостоятельной работы.	технического обеспечения образовательного процесса (приобретение нового оборудования) Обновление перечня лицензионного программного обеспечение
7.	Дополнения и изменения в программы практик	Дополнение отдельных содержательных компонентов программ практик	Учет потребностей работодателя, рекомендаций, выработанных системой менеджмента качества
8.	Дополнения в программы итоговой государственной аттестации	Обновление тематики выпускных квалификационных работ	Локальный мониторинг образовательного процесса, развитие науки; Динамические изменения объектов профессиональной сферы.
9.	Дополнения в ФОС по дисциплинам	Дополнения в части критериев оценивания знаний, умений и навыков с учетом компетентностного подхода.	Локальный мониторинг образовательного процесса, развитие науки
10.	Дополнения в методических материалах, обеспечивающих реализацию ООП	Дополнение и конкретизация методических материалов по дисциплинам ООП	Локальный мониторинг образовательного процесса, развитие науки

Основания:

Протокол заседания кафедры № 10 от 09.04.2018 г.
Заведующий кафедрой _____ Р.В. Патюкова
подпись

Протокол заседания УМК факультета № 15-18 от 25.04.2018г
Председатель УМК_____О.В. Хлопунова
подпись

Протокол Ученого совета факультета № 10-18 от 19.04.2018 г.
Декан факультета _____В.В. Касьянов
подпись