

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Кубанский государственный университет»
Факультет журналистики
Кафедра рекламы и связей с общественностью

ПРИНЯТО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании Ученого совета
университета
Протокол № 11 от 28 мая 2021 г.



Директор по учебной работе,
кафедры образования – первый
заместитель

Т.А. Хагуров

_____ мая _____ 2021 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки

42.03.01 реклама и связи с общественностью

(код и наименование направления подготовки/специальности)

Направленность (профиль) / специализация

реклама и связи с общественностью в СМИ

(наименование направленности программы)

Уровень высшего образования

бакалавриат

(бакалавриат / специалитет / магистратура)

Квалификация

бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

Краснодар 2021 г.

Лист согласования основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Разработчики ОПОП:

1. Патюкова Р.В., зав. кафедрой, д.ф.н., доцент

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

2. Бережнова Д.Б., доп., канд. педагог. наук, доц.

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

3. Никулин И.О., доцент, к.ф.н., доцент

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

4. Тарасенко Е.В., ст. преподаватель, к.ф.н.

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

5. Кучменко М.А., ст. преподаватель, к.ф.н.

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

6. Николева Ю.Е., старший преподаватель

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

7. Коноваленко А.А., начальник отделения по связям со

СМИ Управления МВД России по Краснодару

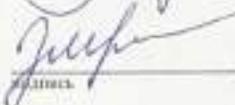
Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

8. Зосим М.И., руководитель EVENT-агентства

«Креативная группа МЯТА»

Ф.И.О., должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Основная профессиональная образовательная программа обсуждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью

«20» мая 2021 г., протокол № 11

Заведующий кафедрой


подпись

Патюкова Р.В.

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики

«20» мая 2021 г., протокол № 11-21

Председатель УМК факультета


подпись

Хлопунова О.В.

Рецензент (-ы):




Зенченко О.В., генеральный директор консалтинговой группы «Династия PR»

Крайних И.Г., генеральный директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»

Рецензия (-и) на ОПОП представлена (-ы) в приложении 8

СОДЕРЖАНИЕ

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

- 1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы
- 1.2. Нормативные документы
- 1.3. Перечень сокращений

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 2.1. Цель образовательной программы
- 2.2. Объем образовательной программы
- 2.3. Срок получения образования
- 2.4. Форма обучения
- 2.5. Язык реализации программы
- 2.6. Требования к абитуриенту
- 2.7. Использование сетевой формы реализации образовательной программы
- 2.8. Применение электронного обучения

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

- 3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников
- 3.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников:
- 3.3. Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания:
- 3.4. Перечень профессиональных стандартов (при наличии)

Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 4.1. Структура и объем образовательной программы
- 4.2. Учебный план и календарный учебный график
- 4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик
- 4.4. Программа государственной итоговой аттестации
- 4.5. Рабочая программа воспитания
- 4.6. Оценочные средства для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам
- 4.7. Методические материалы по дисциплинам (модулям), практикам и государственной итоговой аттестации

Раздел 5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

- 5.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5.2. Обще профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения
- 5.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

- 6.1. Общесистемные условия к реализации образовательной программы
- 6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы
- 6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы
- 6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы
- 6.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе
- 6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы
- 6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Приложение 1. Перечень профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников

Приложение 2. Учебный план и календарный учебный график

Приложение 3. Аннотации к рабочим программам дисциплин

Приложение 4. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей)

Приложение 5. Рабочие программы практик

Приложение 6. Программа государственной итоговой аттестации

Приложение 7. Матрица компетенций

Приложение 8. Рецензия (-и) на ОПОП

Раздел 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение основной профессиональной образовательной программы

Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП, образовательная программа), реализуемая в Кубанском государственном университете (далее - Университет) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в СМИ является комплексным учебно-методическим документом, разработанным на основе соответствующего федерального государственного образовательного стандарта высшего образования, с учетом профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельностью выпускников и примерной основной образовательной программы (далее - ПООП).

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника и представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), практик, иных компонентов, а также оценочных и методических материалов.

1.2. Нормативные документы

– Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в РФ»;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки / специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. № 512 (далее - ФГОС ВО);

– Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н; профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 05.04.2017 г. № 301;

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 г. № 636;

– Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 05.08.2020 № 885 и приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 05.08.2020 № 390;

– Устав ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»;

– Локальные нормативные акты по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности.

1.3. Перечень сокращений

– ВКР - выпускная квалификационная работа

– ГИА - государственная итоговая аттестация

– ЕКС - единый квалификационный справочник

– з.е. - зачетная единица (1 з.е. – 36 академических часов; 1 з.е. – 27 астрономических часов)

– ИКТ - информационно-коммуникационные технологии

– ОВЗ - ограниченные возможности здоровья

- ОПОП - основная профессиональная образовательная программа
- ОТФ - обобщенная трудовая функция
- ОПК - общепрофессиональные компетенции
- ПК - профессиональные компетенции
- ПКО - обязательные профессиональные компетенции *(в случае установления ПООП)*
- ПКР - рекомендуемые профессиональные компетенции *(в случае установления ПООП)*
- ПКС - специальные профессиональные компетенции *(в случае установления Университетом)*
- ПООП - примерная основная образовательная программа
- ПС - профессиональный стандарт
- УГСН - укрупненная группа направлений и специальностей
- УК - универсальные компетенции
- ФЗ - Федеральный закон
- ФГОС ВО - федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования
- ОС - оценочные средства
- ФТД - факультативные дисциплины

Раздел 2. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и направленности (профилю) Реклама и связи с общественностью в СМИ включает в себя: учебный план, календарный учебный график, рабочие программы учебных предметов, дисциплин (модулей), программы практик и научно-исследовательской работы (НИР) (при наличии), программу государственной итоговой аттестации (ГИА), рабочую программу воспитания, календарный план воспитательной работы, оценочные и методические материалы, другие материалы (компоненты), обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

2.1 Цель (миссия) ОПОП

ОПОП имеет своей целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями образовательного стандарта по данному направлению подготовки / специальности.

В области обучения целью ОПОП является формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, позволяющих выпускнику успешно решать профессиональные задачи в соответствии с областью профессиональной деятельности, на которую ориентирована программа.

В области воспитания целью ОПОП является оказание содействия формированию личности обучающегося на основе присущей российскому обществу системы ценностей, развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, самостоятельности, гражданственности, толерантности.

Образовательная программа носит актуальный практико-ориентированный характер, направлена на профессиональную подготовку активного, конкурентоспособного специалиста нового поколения, знакомого с международными практиками образования, обладающего аналитическими навыками в области рекламы и связей с общественностью.

Программа обеспечивает формирование у студентов системных представлений о современном состоянии отрасли, предусматривает исследование существующих и разработку новых методов и технологий, обоснование и оценку компетенций обучающихся в сфере рекламы и связей с общественностью.

Программа обеспечивает подготовку кадров на основе внедрения в учебный процесс современных достижений науки, даёт возможность изучения отдельных наиболее значимых дисциплин на практических примерах опыта высшего образования в России и за рубежом, а также обеспечивает органическое сочетание лучших российских и зарубежных традиций.

В программе используются современные образовательные технологии, включающие анализ реальных ситуаций, кейсы, проектирование, способствующие развитию интеллекта, творческих способностей, критического мышления и т.п.

2.2. Объем образовательной программы

Объем образовательной программы составляет 240 зачетных единиц (далее - з.е.).

Объем образовательной программы, реализуемый за один учебный год, не включая объем факультативных дисциплин, составляет не более 70 з.е., а при ускоренном обучении - не более 80 з.е.

2.3. Срок получения образования

Срок получения образования 4 года, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более, чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

2.4. Форма обучения очная.

2.5. Язык реализации программы – русский.

2.6. Требования к абитуриенту

К освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

Требования к абитуриенту, вступительные испытания, особые права при приёме на обучение по образовательным программам бакалавриата регламентируются локальным нормативным актом.

2.7. Использование сетевой формы реализации образовательной программы: не используется.

2.8. Применение электронного обучения: не применяется.

Раздел 3. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

3.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Область (-и) профессиональной деятельности и сфера (-ы) профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью.

3.2. Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

– проектный;

- маркетинговый;
- организационный.

3.3. Объекты профессиональной деятельности выпускников или область (области) знания:

Связь, информационные и коммуникационные технологии 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» Приказ МР от 04.08.2014 № 535н 06.013 «Специалист по информационным ресурсам» Приказ МР от 08.09.2014 № 629н.

| Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда) | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности | Объекты профессиональной деятельности (или области знания) |
|--|--|---|--|
| 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы) | Проектная деятельность | Проектировать и продвигать индивидуальный проект в сфере рекламы и связей с общественностью | Проектирование, организация, продвижение и распространение продукции средств массовой информации |
| | Маркетинговая деятельность | Разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции в СМИ | Управление информационными ресурсами |
| | Организационная деятельность | Организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |

3.4. Перечень профессиональных стандартов (при наличии)

Перечень профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу по направлению подготовки/специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль)/специализация Реклама и связи с общественностью в СМИ:

06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973);

06.013 Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136); с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230).

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников образовательной программы, представлен в Приложении 1.

Раздел 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

4.1. Структура и объем образовательной программы

Образовательная программа по направлению подготовки / специальности 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) /специализация Реклама и связи с общественностью в СМИ включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Структура и объем образовательной программы

| Структура программы | | Объем программы и ее блоков в з.е. |
|---------------------|-------------------------------------|------------------------------------|
| Блок 1 | Дисциплины (модули) | не менее 165 |
| Блок 2 | Практика | не менее 27 |
| Блок 3 | Государственная итоговая аттестация | 6-9 |
| Объем программы | | 240 |

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

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

В обязательную часть программы включаются, в том числе:

дисциплины (модули), указанные в пункте 2.2. ФГОС ВО;

дисциплины (модули) по физической культуре и спорту, реализуемые в рамках Блока 1 "Дисциплины (модули)".

Дисциплины (модули) и практики, обеспечивающие формирование универсальных компетенций, могут включаться в обязательную часть программы и в часть, формируемую участниками образовательных отношений.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации,

должен составлять не менее 40 процентов общего объема программы.

При реализации образовательной программы обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) (избираемых в обязательном порядке) и факультативных дисциплин (модулей) (необязательных для изучения при освоении образовательной программы). Избранные обучающимся элективные дисциплины (модули) являются обязательными для освоения.

Факультативные дисциплины не включаются в объем образовательной программы и призваны углублять и расширять научные и прикладные знания, умения и навыки обучающихся, способствовать повышению уровня сформированности универсальных и (или) общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО и образовательной программы. Избранные обучающимся факультативные дисциплины являются обязательными для освоения.

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики (далее вместе – практики).

Типы учебной практики:

Профессионально-ознакомительная практика.

Типы производственной практики:

Профессионально-творческая практика;

Преддипломная практика.

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят:

Подготовка к процедуре защиты;

Защита выпускной квалификационной работы.

4.2. Учебный план и календарный учебный график

Учебный план – документ, который определяет перечень, трудоёмкость, последовательность и распределение по периодам обучения учебных курсов, дисциплин (модулей), практики, иных видов учебной деятельности, формы промежуточной аттестации обучающихся. В учебном плане выделяется объём работы обучающихся во взаимодействии с преподавателем (далее – контактная работа) по видам учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся.

Календарный учебный график устанавливает по годам обучения (курсам) последовательность реализации и продолжительность теоретического обучения, зачётно-экзаменационных сессий, практик, ГИА, каникул.

Учебный план и календарный учебный график представлены в приложении 2, копии размещаются на официальном сайте Университета.

4.3. Рабочие программы учебных дисциплин (модулей) и практик

Копии рабочих программ учебных дисциплин (модулей) и практик (приложение 4, приложение 5), аннотации к рабочим программам дисциплин (по каждой дисциплине в составе образовательной программы в приложении 3) размещаются на официальном сайте Университета. Место модулей в образовательной программе и входящих в них учебных дисциплин, практик определяется в соответствии с учебным планом.

4.4. Программа государственной итоговой аттестации

Целью ГИА является установление уровня подготовки выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки/специальности 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Порядок проведения государственной итоговой аттестации определяется локальными нормативными актами Университета.

В Блок 3 образовательной программы «Государственная итоговая аттестация» входят:

| Форма (ы) ГИА | Количество з.е. | Перечень проверяемых компетенций |
|--|--------------------|---|
| Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы | 9 | УК - 1.1; УК - 1.2; УК - 2.1; УК - 2.2; УК - 2.3; УК - 2.4; УК - 3.1; УК - 3.2; УК - 4.1; УК - 4.2; УК - 4.3; УК - 4.4; УК - 5.1; УК - 5.2; УК - 5.3; УК - 5.4; УК - 6.1; УК - 6.2; УК - 7.1; УК - 7.2; УК - 8.1; УК - 8.2; УК - 9.1; УК - 9.2; УК - 10.1; ОПК - 1.1; ОПК - 1.2; ОПК - 1.3; ОПК - 2.1; ОПК - 2.2; ОПК - 2.3; ОПК - 3.1; ОПК - 3.2; ОПК - 3.3; ОПК - 4.1; ОПК - 4.2; ОПК - 4.3; ОПК - 5.1; ОПК - 5.2; ОПК - 5.3; ОПК - 6.1; ОПК - 6.2; ОПК - 6.3; ОПК - 7.1; ОПК - 7.2; ОПК - 7.3; ПК - 1.1; ПК - 1.2; ПК - 1.3; ПК - 2.1; ПК - 2.2; ПК - 2.3; ПК - 3.1; ПК - 3.2; ПК - 3.3; ПК - 4.1; ПК - 4.2; ПК - 4.3. |

Основная цель государственного экзамена (*при наличии*) – отсутствует.

Целями ВКР являются: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной образовательной программы требованиям Федерального государственного образовательного стандарта. Выпускники должны продемонстрировать готовность к решению задач профессиональной деятельности, а также высокий уровень знаний и умений, приобретенных в период обучения.

Копия программы ГИА (приложение б) размещается на официальном сайте Университета.

4.5. Рабочая программа воспитания

Рабочая программа воспитания ОПОП бакалавриата «Общая рабочая программа воспитания в Кубанском государственном университете» – это нормативный документ, регламентированный Федеральным законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012г., ФЗ-273 (ст.2,12.1,30), который содержит характеристику основных положений воспитательной работы направленной на формирование универсальных компетенций выпускника; информацию об основных мероприятиях, направленных на развитие личности выпускника; создание условий для профессионализации и социализации обучающихся на основе социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в российском обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства; формирование у обучающихся чувства патриотизма, гражданственности, уважения к памяти защитников Отечества и подвигам Героев Отечества, закону и правопорядку, человеку труда и старшему поколению, взаимного уважения, бережного отношения к культурному наследию и традициям многонационального народа Российской Федерации, природе и окружающей среде.

Основные направления воспитательной работы вуза и годовой круг событий и творческих дел ФГБОУ ВО отражены в программе воспитания вуза и календарном плане воспитательной работы.

В рабочей программе воспитания ОПОП бакалавриата «Общая рабочая программа воспитания в Кубанском государственном университете» указаны возможности ФГБОУ ВО «КубГУ» и конкретного структурного подразделения (факультета/института) в формировании личности выпускника.

В рабочей программе воспитания приводятся стратегические документы ФГБОУ ВО «КубГУ», определяющие концепцию формирования образовательной среды вуза,

обеспечивающей развитие универсальных компетенций обучающихся, а также документы, подтверждающие реализацию вузом выбранной стратегии воспитания.

Дается характеристика условий, созданных для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся.

Указаны задачи и основные направления воспитательной работы факультета (института), ООП бакалавриата и условия их реализации.

Календарный план воспитательной работы

В календарном плане воспитательной работы указана последовательность реализации воспитательных целей и задач ОПОП по годам, включая участие студентов в мероприятиях ФГБОУ ВО «КубГУ» деятельности общественных организаций вуза, волонтерском движении и других социально значимых направлениях воспитательной работы.

4.6. Оценочные материалы

Оценка качества освоения обучающимися данной образовательной программы включает текущий контроль, промежуточную аттестацию и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Оценочные материалы для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений поэтапным требованиям представлены в виде комплекса оценочных средств.

Оценочные средства (далее – ОС) – это комплект методических материалов, устанавливающий процедуру и критерии оценивания результатов обучения по дисциплинам (модулям) и практикам.

Комплект оценочных средств включает в себя:

– перечень типовых контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике (задания для семинаров, практических занятий и лабораторных работ, практикумов, коллоквиумов, контрольных работ, зачетов и экзаменов, контрольные измерительные материалы для тестирования, примерная тематика курсовых работ, рефератов, эссе, докладов и т.п.);

– методические материалы, определяющие процедуры и критерии оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю) или практике.

Примерный перечень оценочных средств образовательной программы для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся: вопросы и задания для проведения экзамена (зачёта), отчёт по практике (дневник практики), деловая и/или ролевая игра, проблемная профессионально-ориентированная задача, кейс-задача, коллоквиум, контрольная работа, дискуссия, портфолио, проект, разноуровневые задачи и задания, реферат, доклад (сообщение), собеседование, творческое задание, тест, эссе и др.

В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к задачам их будущей профессиональной деятельности Университет привлекает к экспертизе оценочных средств представителей сообщества работодателей из числа действующих руководителей и работников профильных организаций.

4.7. Методические материалы по дисциплинам (модулям), практикам и государственной итоговой аттестации

Методические материалы представляют комплект методических материалов по дисциплине (модулю, практике, ГИА), сформированный в соответствии со структурой и содержанием дисциплины (модуля, практики, ГИА), используемыми образовательными технологиями и формами организации образовательного процесса и являются

неотъемлемой частью соответствующих рабочих программ дисциплин (модулей), практик, программы государственной итоговой аттестации.

Организационно-методические материалы (методические указания, рекомендации) позволяют обучающемуся оптимальным образом спланировать и организовать процесс освоения учебного материала.

Учебно-методические материалы направлены на усвоение обучающимися содержания дисциплины (модуля, практики, ГИА), а также на проверку и соответствующую оценку сформированности компетенций обучающихся на различных этапах освоения учебного материала.

В качестве учебных изданий используются учебники, учебные пособия, учебно-методические пособия, рабочие тетради, практикум, задачник и др.

Раздел 5. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

5.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения (для программы бакалавриата)

| Наименование категории (группы) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции (ИУК) |
|--|--|---|
| Системное и критическое мышление | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. |
| | | ИУК-1.2. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор. |
| Разработка и реализация проектов | УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | ИУК-2.1. Принимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов. |
| | | ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач. |
| | | ИУК-2.3. Использует принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. |
| | | ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации. |
| | | ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу. |

| | | |
|---|---|--|
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| | | ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |
| | | ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| | | ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. |
| | | ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |
| | | ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития. |
| | | ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний. |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| | | ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы. |
| | УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | ИУК-7.1. Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний. |
| | | ИУК-7.2. Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры. |

| | | |
|--|--|--|
| Безопасность жизнедеятельности | ФГОС ВОЗ++ 2017-2018 гг. УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | ИУК-8.1. Идентифицирует возможные угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. |
| Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность | УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | ИУК-9.1 Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов ИУК-9.2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами |
| Гражданская позиция | УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | ИУК-10.1 Понимает сущность коррупционного поведения и определяет свою активную гражданскую позицию по противодействию коррупции исходя из действующих правовых норм |

5.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Наименование категории (группы) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование общепрофессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции (ИОПК) |
|--|--|---|
| Продукт профессиональной деятельности | ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) | ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. |

| | | |
|-------------------------------|---|--|
| | коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). |
| Общество и государство | ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. |
| | | ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах). |
| | | ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов. |
| Культура | ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры. |
| | | ИОПК-3.2. Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. |
| | | ИОПК-3.3. Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. |
| Аудитория | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. |
| | | ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. |
| | | ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |
| Медиакоммуникационная система | ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны | ИОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. |

| | | |
|------------|--|---|
| | и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ИОПК-5.2. Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. |
| | | ИОПК-5.3. Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. |
| Технологии | ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ИОПК-6.1. Знает современные информационно-коммуникационные технологии. |
| | | ИОПК-6.2. Умеет применять в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии. |
| | | ИОПК-6.3. Владеет навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий. |
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ИОПК-7.1. Знает принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. |
| | | ИОПК-7.2. Умеет учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. |
| | | ИОПК-7.3. Владеет навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов. |

5.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

| Код и наименование обобщенной трудовой функции (ОТФ) Профессионального (ых) стандарта (ов) (ПС) и/или типа профессиональных задач (ТПЗ) | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции (ИПК) |
|---|---|---|
| Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый; организационный; проектный | | |
| 3.2 Организация продвижения продукции СМИ | ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, | ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. |
| | | ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. |

| | | |
|---|---|--|
| | способствующую увеличению продаж продукции СМИ | ИПК 1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. |
| | ПК-2. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | ИПК 2.1. Знает особенности продвижения продукции СМИ. |
| | | ИПК 2.2. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |
| | | ИПК 2.3. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |
| 3.3 Управление (менеджмент) информационными ресурсами | ПК-3. Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | ИПК 3.1. Знает специфику создания и редактирования контента сайта. |
| | | ИПК 3.2. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. |
| | | ИПК 3.3. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. |
| | ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| | | ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| | | ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

Матрица компетенций представлена в приложении 7.

Раздел 6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ

Требования к условиям реализации образовательной программы включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации

программы, а также механизмы оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся.

6.1. Общесистемные условия к реализации образовательной программы

6.1.1. Университет располагает материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом, которое закреплено учредителем за Университетом на праве оперативного управления.

6.1.2. Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории Университета, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды созданы с использованием собственных ресурсов и ресурсов иных организаций (официальный сайт <https://kubsu.ru/>, электронно-библиотечные системы (ЭБС).

Электронная информационно-образовательная среда Университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), в программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

Использование ресурсов электронной системы обучения в процессе реализации программы регламентируется соответствующими локальными нормативными актами.

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

6.1.3. Образовательная программа в сетевой форме не реализуется.

6.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы

6.2.1. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Образовательный процесс по реализации образовательной программы организуется на базе факультета журналистики.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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

6.2.3. При использовании в образовательном процессе печатных изданий, библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей),

практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

6.2.4. Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

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

6.3. Требования к кадровым условиям реализации образовательной программы

6.3.1. Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации программы на иных условиях.

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

6.3.3. 93,1 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 70%) численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

6.3.4. 19,7 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 5%) численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации программы бакалавриата и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

6.3.5. 92,6 процентов (в соответствии с требованиями ФГОС ВО не менее 60%) численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

В реализации программы участвуют ведущие преподаватели Университета, имеющие научный и практический опыт в сфере рекламы и связей с общественностью – авторы учебников, учебных пособий, монографий и научных статей по проблемам рекламы и связей с общественностью.

Среди них:

Касьянов В.В. профессор, доктор исторических наук, доктор социологических наук, профессор, «Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации» (2004), Золотая медаль ВДНХ (1979), орден «За заслуги перед Отечеством» II степени (2011), медаль «За выдающийся вклад в развитие Кубани» I, II, III степени (2005-2009), лауреат премии Администрации Краснодарского края за лучшее учебное пособие по истории Кубани (2010.)

Касьянов В.В., Воробьева И.Е. Международный имидж Российской Федерации: историческая ретроспектива / Сборник трудов Актуальные Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет

журналистики, кафедры рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 35-39.

Касьянов В.В. Глобализация и массовая коммуникация: проблемы, риски, вызовы / Сборник трудов Традиции и инновации в массовой коммуникации материалы II региональной научно-практической конференции. 2018. С. 8-13.

Патюкова Р.В. доцент, доктор филологических наук, заведующий кафедрой «Почетный работник высшего профессионального образования и науки Российской Федерации»

Патюкова Р.В. Нейминг как социокультурный феномен / Конвергентные технологии XXI: вариативность, комбинаторика, коммуникация. V Международная междисциплинарная научная конференция. Симферополь, 2021. С. 194-199.

Патюкова Р.В., Оломская Н.Н. Сайт как опосредованный информационно-коммуникационный канал взаимодействия с общественностью / Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2020. Т. 2. № 2 (32). С. 177-181.

Патюкова Р.В. Интернет-коммуникация как эффективный инструмент продвижения деятельности учреждений культурно-досуговой сферы / Сборник трудов материалов V Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор М. Р. Желтухина. 2019. С. 250-255.

Патюкова Р.В. Специфика PR-сопровождения при продвижении учреждений культурно-досуговой сферы: коммуникативный аспект / Сборник трудов Вестник Пятигорского государственного университета. 2019. № 1. С. 115-118.

Патюкова Р.В. Инновационные технологии в PR-деятельности: учебное пособие. Краснодар, 2018.

Патюкова Р.В. Вариативность традиционных и инновационных PR-технологий, применяемых при продвижении имиджа учреждения культуры / Сборник трудов Кросс Материалы Международной научной конференции. 2018. С. 326-330.

Патюкова Р.В., Плотникова С.В. Специфика деятельности первого канала в аспекте формирования общественных связей / Сборник трудов Наследие Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, факультет журналистики. 2018. С. 417-419.

Патюкова Р.В., Оломская Н.Н. Продвижение PR-агентства: специфика выбора инструментария информационной поддержки / Сборник трудов Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации Материалы Шестой Международной научно-практической конференции. В 2-х частях. Председатель редколлегии А.Н. Гуда. 2018. С. 25-30.

Патюкова Р.В., Минская А.Н. Информационное освещение государственной молодежной политики в Ставропольском крае / Сборник трудов Вестник Пятигорского государственного университета. 2018. № 2. С. 91-95.

Патюкова Р.В., Минская А.Н. Медийные аспекты освещения законодательной практики в сфере государственной молодежной политики / Сборник трудов Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2017. № 4 (207). С. 177-181.

Патюкова Р.В. Брендинговые технологии в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций / Сборник трудов Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. 2017. № 1. С. 74-80.

Демина Л.И. – профессор, доктор филологических наук, профессор

Демина Л.И. Коммуникативные особенности мемуарной прозы / Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации. Материалы Восьмой Международной научно-практической конференции. Редколлегия: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]. 2020. С. 135-139.

Демина Л.И., Мартиросян Л.Г. Архитектурно-исторический облик как составная часть имиджа города (на примере г. Краснодара) //Сборник трудов Международной научно-

практической конференции «Реклама и связи с общественностью: традиции и инновации». - Ростов-на-Дону, 2019 С. 88-91.

Демина Л.И., Доротенко А.С. PR-коммуникации как инструмент продвижения организации (на примере ФК «Краснодар» // Материалы II Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью: концепции, техники, технологии». – Краснодар: КубГУ, 2018. – С.44-50.

Демина Л.И. Медиасреда вуза как источник современного медиаобразования // Вестник Майкопского государственного технологического университета. - 2017. - № 3. – С.56-60.

Демина Л.И., Андронникова О.В. Мультимедийность как основополагающий типологический признак электронных изданий для детей // Традиции и инновации в массовой коммуникации: Материалы первой очно-заочной научно-практической конференции. – Краснодар, 2017. –С.146.-149.

Демина Л.И. Медиакомпетентность современного общества: опыт и тенденции развития // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2017. - Т.9. - №1. – С.139-144.

Демина Л.И. Роль рекламы на региональном книжном рынке (на примере Краснодарского края // Материалы международной конференции «Форсайт Россия: реиндустриализация и человеческие качества как драйверы социального и экономического развития (региональный, федеральный и международный аспекты)». Ставрополь, 2016. С. 234-237.

Виноградова К.В. – доцент, кандидат исторических наук, доцент

Виноградова К.В. Особенности продвижения бренда на рынке детских товаров / Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций. Материалы III Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2020. С. 36-39.

Виноградова К.В. Особенности использования образов животных в российской и мировой рекламе / Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций. Материалы II Международной научно-практической конференции. 2019. С. 98-102.

Виноградова К.В., Чернышова С.А. Социальная реклама как инструмент привлечения внимания к проблеме соблюдения правил дорожного движения в РФ / Сборник трудов Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью: концепции, техники, технологии Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет журналистики, кафедра рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 167-172.

Виноградова К.В., Калинина И.В. Специфика формирования имиджа Республики Южная Корея в начале XXI в. / Сборник трудов Реклама, маркетинг, PR: Теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций Материалы I Международной научно-практической конференции. 2018. С. 185-191.

Виноградова К.В., Морева Э.А. Мифологическая концепция создания и продвижения политического имиджа / Сборник трудов Журналистика Материалы I Международной научно-практической конференции, посвященный памяти Г.М. Соловьева. 2018. С. 207-213.

Виноградова К.В. Эффективные PR-технологии в продвижении брендов часовой индустрии / Сборник трудов Реклама Материалы I Международной научно-практической конференции. 2018. С. 32-38.

Виноградова К.В., Бычков В.С. Специфика пресс-релизов в интернете (на примере Российских компаний) / Сборник трудов V Материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор В.В. Касьянов. 2018. С. 35-41.

Виноградова К.В., Ильин А.Д. Эффективные PR-технологии в избирательных

кампаниях американских президентов (на примере Б. Обама И Д. Трампа) / Сборник трудов Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью: концепции, техники, технологии Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет журналистики, кафедра рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 55-61.

Виноградова К.В., Калинина И.В. Особенности продвижения имиджа страны посредством национальной культуры (на примере Южной Кореи) / Сборник трудов Актуальные Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет журналистики, кафедра рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 61-65.

Виноградова К.В., Киян А.А. Специфика формирования медиаобраза территории (на примере города Санкт-Петербурга) / Сборник трудов Медийные стратегии современного мира Материалы Десятой Международной научно-практической конференции. 2017. С. 41-46.

Виноградова К.В., Овдиенко Н.А. Значение ребрендинга в мировой истории авиации (на примере авиакомпаний ПАО "Сибирь" И Malaysiaairlines) / Сборник трудов Медийные Материалы Десятой Международной научно-практической конференции. 2017. С. 46-53.

Немец Г.Н. – доцент, кандидат филологических наук, доцент

Немец Г.Н. Языковая игра в эссеизированном дискурсе: к постановке проблемы / VI Селезневские чтения. Актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории. Материалы Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2020. С. 103-107.

Немец Г.Н. «Маркетинг идей» и «идеи маркетинга»: к вопросу о соотношении понятий / Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций. Материалы III Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2020. С. 123-128.

Немец Г.Н. Имиджевая рецензия как коммуникационный инструмент продвижения рок-альбома (на примере альбома Дельфина «442» (2018)) / Сборник трудов Журналистика, мультимедиа: информационный и социокультурный потенциал Материалы II Международной научно-практической конференции, посвященной памяти Г.М. Соловьева. 2019. С. 156-166.

Немец Г.Н., Асташова Н.А. Имидж сотрудника ФСБ и его деятельности в киноиндустрии: технологии влияния на общественное мнение / Сборник трудов Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью: концепции, техники, технологии Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет журналистики, кафедра рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 15-21.

Немец Г.Н., Перепечаев И.В. Стратегии продвижения модной одежды в печатных изданиях / Сборник трудов Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью: концепции, техники, технологии Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет журналистики, кафедра рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 94-103.

Немец Г.Н. Медиаимидж региона в контексте принципов социальной этики: анализ основных тенденций / Сборник трудов Реклама Материалы I Международной научно-практической конференции. 2018. С. 94-103.

Немец Г.Н., Айрапетян Э.Х. PR-технологии манипулирования в сети интернет / Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 1. С. 37-40.

Немец Г.Н., Айрапетян Э.Х. Технологии манипулирования в социальных сетях / Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 1. С. 41-44.

Немец Г.Н., Курганская А.Д. Организационная культура как один из факторов формирования имиджа организации (на примере ФНС России) / Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 2. С. 49-53.

Немец Г.Н., Курганская А.Д. Особенности современной пресс-службы государственного ведомства (на примере УФНС России по Краснодарскому краю) / Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 2. С. 54-58.

Немец Г.Н., Лагута А.В. PR-стратегии современного шоу-бизнеса / Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 2. С. 65-68.

Немец Г.Н., Лагута А.В. Эффективные PR-стратегии продвижения имиджа публичной личности

/ Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2018. Т. 2. С. 69-72.

Немец Г.Н. Социальная реальность региональных СМИ: вопросы построения имиджа объектов / Сборник трудов Традиции и инновации в массовой коммуникации Материалы Первой региональной очно-заочной научно-практической конференции. Редколлегия: В.В. Касьянов [и др.]. 2017. С. 207-210.

Немец Г.Н. Региональные СМИ как инструмент построения социальной реальности / Сборник трудов Труды Ростовского государственного университета путей сообщения. 2017. № 1. С. 71-74.

Немец Г.Н., Перепечаев И.В. Особенности фирменного стиля магазинов брендовой одежды (на примере "Prada", "Armani", "Calvin Klein") / Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2017. Т. 1. С. 199-202.

Немец Г.Н., Перепечаев И.В. Стратегии продвижения брендов модной одежды (на примере "Chanel", "H&M", "Zara", "Armani", "Adidas") / Сборник трудов Интегрированные коммуникации в спорте и туризме: образование, тенденции, международный опыт. 2017. Т. 1. С. 202-205.

Бельтюков А.А. – кандидат филологических наук, доцент

Бельтюков А.А. Public relations как элемент системы маркетинговых коммуникаций / Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций. Материалы III Международной научно-практической конференции. Краснодар, 2020. С. 16-19.

Бельтюков А.А. Общественные связи в коммуникационной системе организации: современный взгляд на проблему / Вестник Пятигорского государственного университета. 2020. № 4. С. 60-63.

Бельтюков А.А., Перлина О.А. Специфика позиционирования компании на примере "ФГУП Почта России" / Сборник трудов Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью: концепции, техники, технологии Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет журналистики, кафедра рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 103-108.

Бельтюков А.А., Антипова А.И. Специфика работы современной пресс-службы / Сборник трудов Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций Материалы I Международной научно-практической конференции. 2018. С. 161-165.

Бельтюков А.А., Голобородько М.Е. Анализ процесса создания спортивных материалов на "Первом студенческом радио" (КУБГУ) / Сборник трудов Реклама, маркетинг, PR: теоретические и прикладные аспекты интегрированных коммуникаций Материалы I Международной научно-практической конференции. 2018. С. 177-181.

Бельтюков А.А. Исследование конкурентной активности как один из ключевых инструментов маркетинговой деятельности / Сборник трудов V Селезнёвские чтения. Актуальные проблемы журналистики, критики, литературоведения, истории. Материалы Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор В.В. Касьянов. 2018. С. 19-23.

Бельтюков А.А. Анализ специфики создания типологической и маркетинговой модели деловых изданий (на примере "Русский репортер", "Forbes", "РБК") / Сборник трудов Актуальные проблемы рекламы и связей с общественностью: концепции, техники, технологии. Материалы II Международной научно-практической конференции. Кубанский государственный университет, Факультет журналистики, кафедра рекламы и связи с общественностью. 2018. С. 26-31.

Бельтюков А.А. Типологическая и маркетинговая модели деловых изданий (на примере "Коммерсант власть", "Эксперт", "Forbes", "РБК") / Сборник трудов Медийные стратегии современного мира. Материалы Одиннадцатой Международной научно-практической конференции. 2017. С. 34-37.

6.4. Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации образовательной программы осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Минобрнауки России.

6.5. Механизм оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

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

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

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

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

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

6.6. Характеристика социокультурной среды реализации образовательной программы

Целью формирования и развития социокультурной среды реализации образовательной программы на факультете журналистики является подготовка профессионально и культурно ориентированной личности, обладающей мировоззренческим потенциалом, способностями к профессиональному, интеллектуальному и социальному творчеству, владеющей устойчивыми умениями и навыками выполнения профессиональных обязанностей.

Деятельность по организации и развитию воспитывающей социально-культурной среды на факультете ведётся деканом, заместителем декана по воспитательной, внеучебной работе и общим вопросам, студенческим советом факультета, студенческим советом общежития, профсоюзной организацией студентов, кураторами академических групп.

Приоритетными направлениями социальной, внеучебной и воспитательной работы на факультете необходимыми для всестороннего развития личности студента является: формирование социального взаимодействия, активной жизненной позиции, гражданского самосознания, самоорганизации и самоуправления системно-деятельностного характера.

На факультете проводятся внеучебные мероприятия, расширяющие возможности овладения профессиональными компетенциями.

На факультете действуют органы студенческого самоуправления: старостат факультета, студенческий профсоюз.

6.7. Условия реализации образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Реализация образовательной программы для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья основывается на требованиях ФГОС ВО, Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры (приказ Минобрнауки России от 05.04.2017 №301), локальных нормативных актов.

Обучение по образовательным программам инвалидов и лиц с ОВЗ осуществляется Университетом с учётом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Университет создаёт необходимые условия, направленные на обеспечение образовательного процесса для инвалидов и лиц с ОВЗ:

- альтернативная версия официального сайта Университета в сети «Интернет» для слабовидящих;
- специальные средства обучения (обеспечение выпуска альтернативных форматов печатных материалов крупным шрифтом или в виде аудиофайлов; обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации и др.);
- пандусы, поручни, расширенные дверные проёмы и др. приспособления;
- специально оборудованные санитарно-гигиенические помещения;
- электронная информационно-образовательная среда, включающая использование дистанционных образовательных технологий.

Обучающиеся с ОВЗ при необходимости на основании личного заявления могут получать образование на основе адаптированной основной профессиональной образовательной программы. Адаптация ОПОП осуществляется путём включения в учебный план специализированных адаптационных дисциплин (модулей). Для инвалидов образовательная программа проектируется с учётом индивидуальной программы реабилитации инвалида, разработанной федеральным учреждением медико-социальной экспертизы.

Выбор профильных организаций для прохождения практик осуществляется с учётом состояния здоровья инвалидов и лиц с ОВЗ и при условии выполнения требований доступности социальной среды.

Текущий контроль успеваемости, промежуточная и государственная итоговая аттестации обучающихся проводятся с учётом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Для инвалидов и лиц ОВЗ в Университете установлен особый порядок освоения дисциплины (модулей) по физической культуре и спорту с учетом состояния их здоровья.

В Университете создана толерантная социокультурная среда. Деканатами факультетов, при необходимости, назначаются лица (кураторы), ответственные за педагогическое сопровождение индивидуального образовательного маршрута инвалидов и лиц с ОВЗ, предоставляется помощь студентам-волонтеров. Университетом осуществляется комплекс мер по психологической, социальной, медицинской помощи и поддержке обучающихся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ.

Приложение 1.

Перечень профессиональных стандартов,
обобщённых трудовых функций и трудовых
функций, соответствующих профессиональной
деятельности выпускников

**Перечень профессиональных стандартов, обобщённых трудовых функций и трудовых функций, соответствующих профессиональной деятельности выпускников
42.03.01 – Реклама и связи с общественностью**

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» Приказ МР от 04.08.2014 № 535н

06.013 «Специалист по информационным ресурсам» Приказ МР от 08.09.2014 № 629н

| Код и наименование профессионального стандарта | Обобщенные трудовые функции | | | Трудовые функции | | |
|--|-----------------------------|---|----------------------|--|--------|-----------------------------------|
| | Код | наименование | Уровень квалификации | наименование | код | Уровень (подуровень) квалификации |
| 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» Приказ МР от 04.08.2014 № 535н | 3.2 | Организация продвижения продукции СМИ | 6 | 3.2.1 Организация маркетинговых исследований в области СМИ | V/01.6 | 6 |
| | | | | 3.2.2. Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | V/02.6 | 6 |
| | | | | 3.2.3 Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ | V/03.6 | 6 |
| | | | | 3.2.4 Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | V/04.6 | 6 |
| 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии 06.013 «Специалист по информационным ресурсам» Приказ МР от 08.09.2014 № 629н | 3.3 | Управление (менеджмент) информационными ресурсами | 6 | 3.3.1 Организация работ по созданию и редактированию контента | C/01.6 | 6 |
| | | | | 3.3.2 Управление информацией из различных источников | C/02.6 | 6 |
| | | | | 3.3.3 Контроль за наполнением сайта | C/03.6 | 6 |
| | | | | | C/04.6 | 6 |
| | | | | | C/05.6 | 6 |

| | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--------|---|
| | | | | 3.3.4 Локальные изменения структуры сайта | C/06.6 | 6 |
| | | | | 3.3.5 Анализ информационн ых потребностей посетителей сайта | C/07.6 | 6 |
| | | | | 3.3.6 Подготовка отчетности по сайту | | |
| | | | | 3.3.7 Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта | | |

Приложение 2.

Учебный план и календарный учебный график



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

" 28 05 2021"

План одобрен Ученым советом вуза
Протокол № 11 от 28.05.2021

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

42.03.01

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в СМИ

Кафедра: Рекламы и связей с общественностью

Факультет: журналистики

Квалификация: Бакалавр

Год начала подготовки (по учебному плану) 2021

Учебный год 2021-2022

Образовательный стандарт (ФГОС) № 512 от 08.06.2017

Форма обучения: Очная

Срок получения образования: 4з

| Код | Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты | Номер | Дата |
|--------|---|-------|------------|
| 06 | СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ | | |
| 06.009 | СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | 33973 | 04.09.2014 |
| 06.013 | СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ | 34136 | 26.09.2014 |

| + | Типы задач профессиональной деятельности |
|---|--|
| + | маркетинговый |
| + | организационный |
| + | проектный |

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе, качеству образования - первый проректор

/ Казуров Т.А./

Начальник УМУ

/ Карапетян Ж.О./

Декан

/ Касьянов В.В./

Зам. декана по учебной работе

/ Хлопунова О.В./

Председатель учебно-методической комиссии

/ Хлопунова О.В./

Зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью

/ Патюкова Р.В./

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Календарный учебный график

| Мес | Сентябрь | | | | Октябрь | | | | Ноябрь | | | | Декабрь | | | | Январь | | | | Февраль | | | | Март | | | | Апрель | | | | Май | | | | Июнь | | | | Июль | | | | Август | | | | | | | | | | | |
|-----|----------|------|-------|-------|---------|------|-------|-------|--------|-----|-------|-------|---------|-----|------|-------|--------|------|------|-------|---------|------|-----|------|-------|------|-----|------|--------|-------|------|------|-------|-------|------|------|-------|-------|-------|-----|------|-------|-------|------|--------|-------|-------|------|-----|-------|-------|-------|----|----|----|----|
| | 1-7 | 8-14 | 15-21 | 22-28 | 29-5 | 6-12 | 13-19 | 20-26 | 27-2 | 3-9 | 10-16 | 17-23 | 24-30 | 1-7 | 8-14 | 15-21 | 22-28 | 29-4 | 5-11 | 12-18 | 19-25 | 26-1 | 2-8 | 9-15 | 16-22 | 23-1 | 2-8 | 9-15 | 16-22 | 23-29 | 30-5 | 6-12 | 13-19 | 20-26 | 27-3 | 4-10 | 11-17 | 18-24 | 25-31 | 1-7 | 8-14 | 15-21 | 22-28 | 29-5 | 6-12 | 13-19 | 20-26 | 27-2 | 3-9 | 10-16 | 17-23 | 24-31 | | | | |
| Нед | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 52 | | | | |
| I | | | | | | | | | * | | | | | | | | | з | з | з | з | к | | | | | | | | | | | | | | | | з | з | з | з | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | | | |
| II | | | | | | | | | * | | | | | | | | | з | з | з | з | к | | | | | | | | | | | | | | | | з | з | з | з | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | | |
| III | | | | | | | | | * | | | | | | | | | з | з | з | з | к | | | | | | | | | | | | | | | | | з | з | з | з | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | к | |
| IV | | | | | | | | | * | | | | | | | | | з | з | з | з | к | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд | пд |

Сводные данные

| | Курс 1 | | | Курс 2 | | | Курс 3 | | | Курс 4 | | | Итого |
|--|---------------|----------|---------------|---------------|----------|---------------|---------------|----------|---------------|---------------|----------|---------------|---------------|
| | сем. 1 | сем. 2 | Всего | сем. 3 | сем. 4 | Всего | сем. 5 | сем. 6 | Всего | сем. 7 | сем. 8 | Всего | |
| Теоретическое обучение | 17 | 14 | 31 | 17 | 14 | 31 | 17 | 14 | 31 | 17 | | 17 | 110 |
| Э Экзаменационные сессии | 2 1/6 | 3 | 5 1/6 | 2 1/6 | 3 | 5 1/6 | 2 1/6 | 3 | 5 1/6 | 2 1/6 | | 2 1/6 | 19 1/6 |
| У Учебная практика | | 4 | 4 | 4 | 4 | | | | | 4 | 4 | | 8 |
| П Производственная практика | | | | | | | | | | | | | 4 |
| Пд Преддипломная практика | | | | | | | | | | | 14 | 14 | 14 |
| Д Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы | | | | | | | | | | | 6 | 6 | 6 |
| К Каникулы | 1 | 8 | 9 | 1 | 8 | 9 | 1 | 8 | 9 | 1 | 9 | 10 | 37 |
| * Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья) | 1 2/6 (8 дн) | 1 (6 дн) | 2 2/6 (14 дн) | 1 2/6 (8 дн) | 1 (6 дн) | 2 2/6 (14 дн) | 1 2/6 (8 дн) | 1 (6 дн) | 2 2/6 (14 дн) | 1 2/6 (8 дн) | 1 (6 дн) | 2 2/6 (14 дн) | 9 2/6 (56 дн) |
| Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы) | более 39 нед. | | | |
| Итого | 22 | 30 | 52 | 22 | 30 | 52 | 22 | 30 | 52 | 22 | 30 | 52 | 208 |
| Студентов | | | | | | | | | | | | | |
| Групп | | | | | | | | | | | | | |

| - | - | - | - | Форма контроля | | | | з.е. | | Итого акад.часов | | | | | | Курс 1 | | Курс 2 | | Курс 3 | | Курс 4 | | Закрепленная кафедра | | |
|-----------------------------------|---|------------|--|----------------|--------------|-------------|----|------------|-----------|------------------|-------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------------|--------------|--|
| | | | | Экзамен | Зачет | Зачет с оц. | КР | Экспертное | Факт | Экспертное | По плану | Контакт часы | Ауд. | СР | Конт роль | Сем. 1 | Сем. 2 | Сем. 3 | Сем. 4 | Сем. 5 | Сем. 6 | Сем. 7 | Сем. 8 | Код | Наименование | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | з.е. | з.е. | з.е. | з.е. | з.е. | з.е. | з.е. | з.е. | | | |
| Блок 1.Дисциплины (модули) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Обязательная часть | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.01 | Введение в направление подготовки | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 36.2 | 34 | 35.8 | | 2 | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.02 | Правоведение | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 38.2 | 34 | 33.8 | | 2 | | | | | | | | | 78 | Теории и истории государства и права |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.03 | Основы проектной деятельности (в рекламе и связях с общественностью) | | 3 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 36.2 | 34 | 35.8 | | | | 2 | | | | | | | 48 | Мировой экономики и менеджмента |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.04 | Организационное поведение | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 36.2 | 34 | 35.8 | | 2 | | | | | | | | | 48 | Мировой экономики и менеджмента |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.05 | Иностранный язык | 4 | 123 | | | 10 | 10 | 360 | 360 | 140.9 | 124 | 183.4 | 35.7 | 2 | 2 | 3 | 3 | | | | | | 3 | Английского языка в профессиональной сфере |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.06 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | 22 | | | 6 | 6 | 216 | 216 | 94.4 | 84 | 121.6 | | | 6 | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.06.01 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | 2 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 32.2 | 28 | 39.8 | | | 2 | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.06.02 | Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации | | 2 | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 62.2 | 56 | 81.8 | | | 4 | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.07 | Философия | | 2 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 34.2 | 28 | 37.8 | | | 2 | | | | | | | | 89 | Философии |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.08 | История | 22 | 1 | | | 7 | 7 | 252 | 252 | 100.8 | 90 | 79.8 | 71.4 | 2 | 5 | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.08.01 | История (история России, всеобщая история) | 2 | 1 | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 68.5 | 62 | 39.8 | 35.7 | 2 | 2 | | | | | | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.08.02 | История Кубани | 2 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 32.3 | 28 | 40 | 35.7 | | | 3 | | | | | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.09 | Психология | | 2 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 32.2 | 28 | 39.8 | | | 2 | | | | | | | | 66 | Психологии личности и общей психологии |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.10 | Физическая культура и спорт | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 20.2 | 18 | 51.8 | | 2 | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.11 | Безопасность жизнедеятельности | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 36.2 | 34 | 35.8 | | 2 | | | | | | | | | 56 | Общей, неорганической химии и информационно-вычислительных |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.12 | Экономика | | 3 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 38.2 | 34 | 33.8 | | | | 2 | | | | | | | 77 | Теоретической экономики |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.13 | Культурология | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 46.2 | 42 | 61.8 | | | | | 3 | | | | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.14 | Социология рекламы | | 6 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 60.2 | 56 | 47.8 | | | | | | 3 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15 | Модуль 1 Коммуникология | 33457 | 344 | | | 25 | 25 | 900 | 900 | 392.1 | 358 | 329.4 | 178.5 | | | 9 | 9 | 4 | | 3 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.01 | Риторика | 7 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 38.3 | 34 | 34 | 35.7 | | | | | | | | 3 | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.02 | Социология массовых коммуникаций | 5 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 72.3 | 68 | 36 | 35.7 | | | | | 4 | | | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.03 | Психология массовых коммуникаций | 3 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 38.3 | 34 | 70 | 35.7 | | | 4 | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.04 | Теория и практика массовой информации | 4 | 3 | | | 5 | 5 | 180 | 180 | 84.5 | 76 | 59.8 | 35.7 | | | 2 | 3 | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.05 | Копирайтинг | 3 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 38.3 | 34 | 34 | 35.7 | | | 3 | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.06 | Спирайтинг | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 46.2 | 42 | 61.8 | | | | | 3 | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.07 | Основы теории коммуникации | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 74.2 | 70 | 33.8 | | | | | 3 | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16 | Модуль 2 Интегрированные коммуникации | 1246 | 33556 | | | 6 | 29 | 29 | 1044 | 1044 | 442.2 | 406 | 459 | 142.8 | 4 | 4 | 6 | 3 | 6 | 6 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16.01 | Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью | 1246 | 35 | | | 6 | 18 | 18 | 648 | 648 | 269.6 | 242 | 235.6 | 142.8 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16.02 | Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и PR-продукта | | 56 | | | 7 | 7 | 252 | 252 | 100.4 | 96 | 151.6 | | | | | | 4 | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16.03 | Брендинг | | 3 | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 72.2 | 68 | 71.8 | | | | 4 | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17 | Модуль 3 Менеджмент | 46 | 67 | | | 12 | 12 | 432 | 432 | 239 | 222 | 121.6 | 71.4 | | | | | 3 | | 6 | 3 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.01 | Менеджмент в рекламе и связях с общественностью | 4 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 46.3 | 42 | 26 | 35.7 | | | | | 3 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.02 | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | 6 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 60.3 | 56 | 12 | 35.7 | | | | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.03 | Консалтинг в связях с общественностью | | 6 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 60.2 | 56 | 47.8 | | | | | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.04 | Связи с общественностью в кризисных ситуациях | | 7 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 72.2 | 68 | 35.8 | | | | | | | | | 3 | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |

| Сем. 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Сем. 8 | | | | Закрепленная кафедра | | |
|--------|-------|-----|-----|----|-----|-----|-----|------|-----------|------|-------|-----|-----|----|-----|-----|-----|----|-----------|-----|--------------|--|--|--|--|
| Курс 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| з.е. | Итого | Лек | Лаб | Пр | КСР | КРП | ИКР | СР | Конт роль | з.е. | Итого | Лек | Лаб | Пр | КСР | КРП | ИКР | СР | Конт роль | Код | Наименование | Компетенции | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-1.1; УК-1.2 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 78 | Теории и истории государства и права | УК-2.1; УК-2.2; УК-10.1 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 48 | Мировой экономики и менеджмента | УК-2.3; УК-2.4 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 48 | Мировой экономики и менеджмента | УК-3.1; УК-3.2 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 3 | Английского языка в профессиональной сфере | УК-4.1; УК-4.2 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | УК-4.3; УК-4.4; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-4.3; УК-4.4 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-4.3; УК-4.4; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 89 | Философии | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 97 | Истории России | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 97 | Истории России | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 66 | Психологии личности и общей психологии | УК-6.1; УК-6.2 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.1 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 56 | Общей, неоднородной химии и информационно-вычислительных | УК-8.1; УК-8.2 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 77 | Теоретической экономики | УК-9.1; УК-9.2 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 97 | Истории России | ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3 | | |
| 3 | 108 | 16 | | 18 | 4 | | 0.3 | 34 | 35.7 | | | | | | | | | | | | | УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-3.1; УК-3.2; УК-3.3; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3 | | | |
| 3 | 108 | 16 | | 18 | 4 | | 0.3 | 34 | 35.7 | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-3.1; УК-3.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 97 | Истории России | ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-7.1; ОПК-7.2; ОПК-7.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-3.1; УК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-3.1; ОПК-3.2; ОПК-3.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-3.1; УК-3.2; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ОПК-5.1; ОПК-5.2; ОПК-5.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3 | | |
| 3 | 108 | 32 | 18 | 18 | 4 | | 0.2 | 35.8 | | | | | | | | | | | | | | УК-3.1; УК-3.2; УК-6.1; УК-6.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-6.1; УК-6.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-3.1; УК-3.2; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3 | | |
| 3 | 108 | 32 | 18 | 18 | 4 | | 0.2 | 35.8 | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | УК-6.1; УК-6.2; ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-6.1; УК-6.2; ОПК-6.1; ОПК-6.2; ОПК-6.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3 | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-3.1; УК-3.2; УК-6.1; УК-6.2 | | |

| Курс 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | Закрепленная кафедра | | | | | |
|-----------|-------------|------------|-----------|------------|-----------|-----|------------|--------------|--------------|------|-------|-----|-----|----|-----|-----|-----|----------------------|-----------|--------------|------------------------------------|--|---|
| Сем. 7 | | | | | | | | | Сем. 8 | | | | | | | | | Код | | Наименование | | Компетенции | |
| з.е. | Итого | Лек | Лаб | Пр | КСР | КРП | ИКР | СР | Конт роль | з.е. | Итого | Лек | Лаб | Пр | КСР | КРП | ИКР | СР | Конт роль | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-2.1; ОПК-2.2; ОПК-2.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-1.1; УК-1.2 |
| 6 | 216 | 48 | 18 | 36 | 8 | | 0.5 | 69.8 | 35.7 | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4 |
| 3 | 108 | 16 | | 18 | 4 | | 0.3 | 34 | 35.7 | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-1.1; УК-1.2; УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4 |
| 3 | 108 | 16 | | 18 | 4 | | 0.3 | 34 | 35.7 | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | |
| 3 | 108 | 16 | | 18 | 4 | | 0.3 | 34 | 35.7 | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-6.1; УК-6.2; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | |
| 3 | 108 | 16 | 34 | 18 | 6 | | 0.2 | 33.8 | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-3.1; УК-3.2 | |
| 3 | 108 | 32 | 18 | 18 | 6 | | 0.2 | 33.8 | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | |
| 3 | 108 | 32 | | 18 | 4 | | 0.2 | 53.8 | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | |
| 3 | 108 | | | 34 | 4 | | 0.2 | 69.8 | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-4.1; УК-4.2; УК-4.3; УК-4.4 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 41 | Истории и правового регулирования ма | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-8.1 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 41 | Истории и правового регулирования ма | УК-5.1; УК-5.2; УК-5.3; УК-5.4; УК-8.1 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-2.1; УК-2.2; УК-2.3; УК-2.4; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 |
| 3 | 108 | 32 | | 36 | 4 | | 0.2 | 35.8 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 108 | 32 | | 36 | 4 | | 0.2 | 35.8 | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-6.1; УК-6.2 | |
| 3 | 108 | 32 | | 36 | 4 | | 0.2 | 35.8 | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | УК-6.1; УК-6.2 | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | Физического воспитания | УК-7.2 |
| 24 | 864 | 160 | 52 | 178 | 36 | | 1.9 | 329 | 107.1 | | | | | | | | | | | | | | |
| 30 | 1080 | 208 | 70 | 214 | 44 | | 2.4 | 398.8 | 142.8 | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-4.1; ПК-4.2; ПК-4.3 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 21 | | ОПК-1.1; ОПК-1.2; ОПК-1.3; ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-4.3; ПК-1.1; ПК-1.2; ПК-1.3; ПК-2.1; ПК-2.2; ПК-2.3; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3 |

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

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 11 от 28.05.2021

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

Ректор

УТВЕРЖЕНО



42.03.01

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль: Реклама и связи с общественностью в СММ

Классификация: Реклама и связи с общественностью

Факультет: журналистики

Квалификация: Бакалавр

Год начала подготовки (по учебному плану)

2021

Учебный год

2021-2022

Образовательный стандарт (ФГОС)

№ 512 от 08.06.2017

Форма обучения: Заочная

Срок получения образования: 4г. 6м.

| Код | Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности. Профессиональные стандарты | Номер | Дата |
|-------|---|-------|------------|
| 06 | СВЯЗИ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОМУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ | | |
| 06.02 | СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ | 33973 | 04.09.2014 |
| 06.03 | СПЕЦИАЛИСТ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ РЕСУРСАМ | 34136 | 26.09.2014 |

| | |
|---|--|
| + | Толы задач профессиональной деятельности |
| + | маркетинговый |
| + | организационный |
| - | проектный |

СОГЛАСОВАНО

Проректор по учебной работе / качеству образования - первый проректор

Исаурин Т.А. / Исаурин Т.А. /

Начальник УМУ

Корольева Ж.О. / Корольева Ж.О. /

Декан

Касьянов В.В. / Касьянов В.В. /

Зам. декана по учебной работе

Хлопушка О.В. / Хлопушка О.В. /

Председатель учебно-методической комиссии

Хлопушка О.В. / Хлопушка О.В. /

Зав. кафедрой рекламы и связей с общественностью

Патомова Р.В. / Патомова Р.В. /

| - | - | - | - | Форма контроля | | | | з.е. | | Итого акад.часов | | | | | | Курс 1 | Курс 2 | Курс 3 | Курс 4 | Курс 5 | Закрепленная кафедра | |
|-----------------------------------|---|------------|--|----------------|--------------|-------------|----|------------|-----------|------------------|-------------|--------------|--------------|------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------------|--|
| | | | | Экзамен | Зачет | Зачет с оц. | КР | Экспертное | Факт | Экспертное | По плану | Контакт часы | Ауд. | СР | Контроль | з.е. на курсе | Код | Наименование |
| Блок 1.Дисциплины (модули) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Обязательная часть | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.01 | Введение в направление подготовки | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 8.2 | 8 | 60 | 3.8 | 2 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.02 | Правоведение | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 8.2 | 8 | 60 | 3.8 | 2 | | | | | 78 | Теории и истории государства и права |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.03 | Основы проектной деятельности (в рекламе и связях с общественностью) | | 2 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 6.2 | 6 | 62 | 3.8 | | 2 | | | | 48 | Мировой экономики и менеджмента |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.04 | Организационное поведение | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 8.2 | 8 | 60 | 3.8 | 2 | | | | | 48 | Мировой экономики и менеджмента |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.05 | Иностранный язык | 2 | 112 | | | 10 | 10 | 360 | 360 | 28.9 | 28 | 311 | 20.1 | 4 | 6 | | | | 3 | Английского языка в профессиональной сфере |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.06 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | 12 | | | 6 | 6 | 216 | 216 | 16.4 | 16 | 192 | 7.6 | 2 | 4 | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.06.01 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 8.2 | 8 | 60 | 3.8 | 2 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.06.02 | Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации | | 2 | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 8.2 | 8 | 132 | 3.8 | | 4 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.07 | Философия | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 14.2 | 14 | 54 | 3.8 | 2 | | | | | 89 | Философии |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.08 | История | 12 | 1 | | | 7 | 7 | 252 | 252 | 24.8 | 24 | 206 | 21.2 | 4 | 3 | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.08.01 | История (история России, всеобщая история) | 1 | 1 | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 18.5 | 18 | 113 | 12.5 | 4 | | | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.08.02 | История Кубани | 2 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 6.3 | 6 | 93 | 8.7 | | 3 | | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.09 | Психология | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 8.2 | 8 | 60 | 3.8 | 2 | | | | | 66 | Психологии личности и общей психологии |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.10 | Физическая культура и спорт | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 4.2 | 4 | 64 | 3.8 | 2 | | | | | 21 | Физического воспитания |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.11 | Безопасность жизнедеятельности | | 1 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 8.2 | 8 | 60 | 3.8 | 2 | | | | | 56 | Общей, неорганической химии и информационно-вычислительных |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.12 | Экономика | | 3 | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 8.2 | 8 | 60 | 3.8 | | | 2 | | | 77 | Теоретической экономики |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.13 | Культурология | | 1 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 8.2 | 8 | 96 | 3.8 | 3 | | | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.14 | Социология рекламы | | 3 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 12.2 | 12 | 92 | 3.8 | | | 3 | | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15 | Модуль 1 Коммуникология | 22244 | 222 | | | 25 | 25 | 900 | 900 | 100.1 | 98 | 745 | 54.9 | | 18 | | 7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.01 | Риторика | 4 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 6.3 | 6 | 93 | 8.7 | | | | 3 | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.02 | Социология массовых коммуникаций | 4 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 20.3 | 20 | 115 | 8.7 | | | | 4 | | 97 | Истории России |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.03 | Психология массовых коммуникаций | 2 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 18.3 | 18 | 117 | 8.7 | | 4 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.04 | Теория и практика массовой информации | 2 | 2 | | | 5 | 5 | 180 | 180 | 18.5 | 18 | 149 | 12.5 | | 5 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.05 | Копирайтинг | 2 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 20.3 | 20 | 79 | 8.7 | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.06 | Спирайтинг | | 2 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 8.2 | 8 | 96 | 3.8 | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.15.07 | Основы теории коммуникации | | 2 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 8.2 | 8 | 96 | 3.8 | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16 | Модуль 2 Интегрированные коммуникации | 123 | 22333 | | | 3 | 29 | 29 | 1044 | 1044 | 111.9 | 110 | 882.1 | 50 | 4 | 10 | 15 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16.01 | Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью | 123 | 23 | | | 3 | 18 | 18 | 648 | 648 | 89.3 | 88 | 520.1 | 38.6 | 4 | 6 | 8 | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16.02 | Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и PR-продукта | | 33 | | | 7 | 7 | 252 | 252 | 14.4 | 14 | 230 | 7.6 | | | 7 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.16.03 | Брендинг | | 2 | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 8.2 | 8 | 132 | 3.8 | | 4 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17 | Модуль 3 Менеджмент | 33 | 34 | | | 12 | 12 | 432 | 432 | 51 | 50 | 356 | 25 | | | 9 | 3 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.01 | Менеджмент в рекламе и связях с общественностью | 3 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 10.3 | 10 | 89 | 8.7 | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.02 | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | 3 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 16.3 | 16 | 83 | 8.7 | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.03 | Консалтинг в связях с общественностью | | 3 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 10.2 | 10 | 94 | 3.8 | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.0.17.04 | Связи с общественностью в кризисных ситуациях | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 14.2 | 14 | 90 | 3.8 | | | | 3 | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |

| - | - | - | - | Форма контроля | | | | з.е. | | Итого акад.часов | | | | | | Курс 1 | Курс 2 | Курс 3 | Курс 4 | Курс 5 | Закрепленная кафедра | | |
|---|---|---------------|--|----------------|-------|-------------|----|------------|------------|------------------|-------------|--------------|------------|---------------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------------|--------------|--------------------------------------|
| | | | | Экзамен | Зачет | Зачет с оц. | КР | Экспертное | Факт | Экспертное | По плану | Контакт часы | Ауд. | СР | Контроль | з.е. на курсе | Код | Наименование | |
| | + | Б1.О.18 | Модуль 4 Маркетинг | 34 | | | | 7 | 7 | 252 | 252 | 24.6 | 24 | 210 | 17.4 | | | 3 | 4 | | | | |
| | + | Б1.О.18.01 | Маркетинг в рекламе и связях с общественностью | 4 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 8.3 | 8 | 127 | 8.7 | | | | 4 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.О.18.02 | Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ | 3 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 16.3 | 16 | 83 | 8.7 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.О.19 | Этика профессиональной деятельности | | 3 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 12.2 | 12 | 92 | 3.8 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.О.20 | Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах | | 3 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 14.2 | 14 | 90 | 3.8 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.О.21 | Мультимедийные технологии в профессиональной сфере | 1 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 8.3 | 8 | 127 | 8.7 | 4 | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | | | | | | | | 130 | 130 | 4680 | 4680 | 486.6 | 476 | 3939.1 | 254.3 | 35 | 43 | 38 | 14 | | | | |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | + | Б1.В.01 | История рекламы и связей с общественностью | 11 | | | | 7 | 7 | 252 | 252 | 26.6 | 26 | 208 | 17.4 | 7 | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.02 | История рекламного плаката | | 2 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 10.2 | 10 | 94 | 3.8 | | 3 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.03 | Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью | 1 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 14.3 | 14 | 121 | 8.7 | 4 | | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.04 | Управление проектами в рекламно-информационной деятельности | 4 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 14.3 | 14 | 85 | 8.7 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.05 | Управление информацией в современном медиапространстве | 3 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 18.3 | 18 | 117 | 8.7 | | | 4 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.06 | Теория и практика информационной политики в медиапространстве | 3 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 10.3 | 10 | 125 | 8.7 | | | 4 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.07 | Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов | 2 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 10.3 | 10 | 89 | 8.7 | | 3 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.08 | Традиционные и инновационные технологии в рекламе и PR | 4 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 22.3 | 22 | 77 | 8.7 | | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.09 | Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации | 4 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 12.3 | 12 | 87 | 8.7 | | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.10 | Организация специальных мероприятий | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 26.2 | 26 | 78 | 3.8 | | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.11 | Проектирование, модернизация и продвижение сайтов | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 16.2 | 16 | 88 | 3.8 | | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.12 | Современная пресс-служба | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 12.2 | 12 | 92 | 3.8 | | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.13 | Спецсеминар по написанию курсовой работы | | 3 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 6.2 | 6 | 98 | 3.8 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.14 | Спецсеминар по написанию ВКР | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 6.2 | 6 | 98 | 3.8 | | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.15 | Искусство бизнес-презентации | | 3 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 8.2 | 8 | 96 | 3.8 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.ДВ.01 | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1 | 2 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 20.3 | 20 | 115 | 8.7 | | 4 | | | | | | |
| | + | Б1.В.ДВ.01.01 | Имиджмейкинг в политике и бизнесе | 2 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 20.3 | 20 | 115 | 8.7 | | 4 | | | | | 41 | Истории и правового регулирования ма |
| | - | Б1.В.ДВ.01.02 | Основы имиджологии | 2 | | | | 4 | 4 | 144 | 144 | 20.3 | 20 | 115 | 8.7 | | 4 | | | | | 41 | Истории и правового регулирования ма |
| | + | Б1.В.ДВ.02 | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2 | 3 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 6.3 | 6 | 93 | 8.7 | | | 3 | | | | | |
| | + | Б1.В.ДВ.02.01 | Административно-правовое регулирование сферы медиакоммуникаций | 3 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 6.3 | 6 | 93 | 8.7 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | - | Б1.В.ДВ.02.02 | Правовое регулирование информационной деятельности | 3 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 8.3 | 8 | 91 | 8.7 | | | 3 | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | + | Б1.В.ДВ.03 | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3 | 4 | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 12.2 | 12 | 92 | 3.8 | | | | 3 | | | | |
| | + | Б1.В.ДВ.03.01 | Экспертные оценки в профессиональной деятельности | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 12.2 | 12 | 92 | 3.8 | | | | 3 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |

| - | - | - | - | Форма контроля | | | | з.е. | | Итого акад.часов | | | | | Курс 1 | Курс 2 | Курс 3 | Курс 4 | Курс 5 | Закрепленная кафедра | | | |
|---|---|----------------|---|----------------|-------|-----------|----|------------|------|------------------|----------|--------------|------|------------|----------|---------------|---------------|---------------|---------------|----------------------|-----|------------------------------------|------------------------------------|
| | | | | Экзамен | Зачет | Зачет оц. | КР | Экспертное | Факт | Экспертное | По плану | Контакт часы | Ауд. | СР | Контроль | з.е. на курсе | Код | Наименование | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.03.02 | Рейтинги в рекламе и связях с общественностью | | 4 | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 12.2 | 12 | 92 | 3.8 | | | | 3 | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.04 | Элективные дисциплины по физической культуре и спорту | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.04.01 | Баскетбол | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.02 | Волейбол | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.03 | Бадминтон | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.04 | Общая физическая и профессионально-прикладная подготовка | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.05 | Футбол | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.06 | Легкая атлетика | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.07 | Атлетическая гимнастика | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.08 | Аэробика и фитнес технологии | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.09 | Единоборства | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.10 | Плавание | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.11 | Физическая рекреация | | | | | | | | | | | 328 | | 328 | | | | | 21 | Физического воспитания | |
| | | | | | | | | | | 62 | 62 | 2232 | 2560 | 252.9 | 248 | 2181 | 126.1 | 11 | 10 | 17 | 24 | | |
| | | | | | | | | | | 192 | 192 | 6912 | 7240 | 739.5 | 724 | 6120.1 | 380.4 | 46 | 53 | 55 | 38 | | |
| Блок 2.Практика | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Обязательная часть | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.01 | Учебная практика | | | | | 12 | 12 | 432 | 432 | 96 | | 336 | | 6 | 6 | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.01.01(У) | Профессионально-ознакомительная практика. Часть 1 | | | 1 | | 6 | 6 | 216 | 216 | 48 | | 168 | | 6 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.01.02(У) | Профессионально-ознакомительная практика. Часть 2 | | | 2 | | 6 | 6 | 216 | 216 | 48 | | 168 | | 6 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.02 | Производственная практика | | | 45 | | 27 | 27 | 972 | 972 | 72 | | 1008 | | | | | 6 | 21 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.02.01(П) | Профессионально-творческая практика | | | 4 | | 6 | 6 | 216 | 216 | 24 | | 192 | | | | | 6 | | 71 | Рекламы и связей с общественностью | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.02.02(Пд) | Преддипломная практика | | | 5 | | 21 | 21 | 756 | 756 | 48 | | 816 | | | | | | 21 | 71 | Рекламы и связей с общественностью | |
| | | | | | | | | | | 39 | 39 | 1404 | 1404 | 168 | | 1344 | | 6 | 6 | | 6 | 21 | |
| | | | | | | | | | | 39 | 39 | 1404 | 1404 | 168 | | 1344 | | 6 | 6 | | 6 | 21 | |
| Блок 3.Государственная итоговая аттестация | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б3.01(Д) | Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы | | | | | 3 | 3 | 108 | 108 | 20 | | 88 | | | | | | | 3 | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | Б3.02(Д) | Защита выпускной квалификационной работы | | | | | 6 | 6 | 216 | 216 | 0.5 | | 215.5 | | | | | | | 6 | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | | | | | | | | | | 9 | 9 | 324 | 324 | 20.5 | | 303.5 | | | | | 9 | | |
| | | | | | | | | | | 9 | 9 | 324 | 324 | 20.5 | | 303.5 | | | | | 9 | | |
| ФТД.Факультативы | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | ФТД.01 | PR-коммуникации на английском языке | | 2 | | | 1 | 1 | 36 | 36 | 4.2 | 4 | 28 | 3.8 | | 1 | | | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| <input type="checkbox"/> | + | ФТД.02 | Рекламные коммуникации на английском языке. | | 4 | | | 1 | 1 | 36 | 36 | 6.2 | 6 | 26 | 3.8 | | | | 1 | | | 71 | Рекламы и связей с общественностью |
| | | | | | | | | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 10.4 | 10 | 54 | 7.6 | | 1 | | 1 | | |
| | | | | | | | | | | 2 | 2 | 72 | 72 | 10.4 | 10 | 54 | 7.6 | | 1 | | 1 | | |

| - | - | - | - | Форма контроля | | | | з.е. | | Итого акад.часов | | | | | | | |
|------------------------------------|---|------------|--|----------------|--------------|-------------|----------|------------|-----------|------------------|-------------|-------------|--------------|-----------|--------------|-------------|------------|
| | | | | Экзамен | Зачет | Зачет с оц. | КР | Экспертное | Факт | Часов в з.е. | Экспертное | По плану | Контакт часы | КРП | СР | Конт роль | Интер часы |
| Блок 1. Дисциплины (модули) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Обязательная часть | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.01 | Введение в направление подготовки | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 8.2 | | 60 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.02 | Правоведение | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 8.2 | | 60 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.03 | Основы проектной деятельности (в рекламе и связях с общественностью) | | 2 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 6.2 | | 62 | 3.8 | 2 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.04 | Организационное поведение | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 8.2 | | 60 | 3.8 | 2 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.05 | Иностраный язык | 2 | 112 | | | 10 | 10 | 36 | 360 | 360 | 28.9 | | 311 | 20.1 | 10 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.06 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | 12 | | | 6 | 6 | | 216 | 216 | 16.4 | | 192 | 7.6 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.06.01 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 8.2 | | 60 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.06.02 | Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации | | 2 | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 8.2 | | 132 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.07 | Философия | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 14.2 | | 54 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.08 | История | | 12 | 1 | | 7 | 7 | | 252 | 252 | 24.8 | | 206 | 21.2 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.08.01 | История (история России, всеобщая история) | 1 | 1 | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 18.5 | | 113 | 12.5 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.08.02 | История Кубани | 2 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 6.3 | | 93 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.09 | Психология | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 8.2 | | 60 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.10 | Физическая культура и спорт | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 4.2 | | 64 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.11 | Безопасность жизнедеятельности | | 1 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 8.2 | | 60 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.12 | Экономика | | 3 | | | 2 | 2 | 36 | 72 | 72 | 8.2 | | 60 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.13 | Культурология | | 1 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 8.2 | | 96 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.14 | Социология рекламы | | 3 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 12.2 | | 92 | 3.8 | 2 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15 | Модуль 1 Коммуникология | | 22244 | 222 | | 25 | 25 | | 900 | 900 | 100.1 | | 745 | 54.9 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15.01 | Риторика | 4 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 6.3 | | 93 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15.02 | Социология массовых коммуникаций | 4 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 20.3 | | 115 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15.03 | Психология массовых коммуникаций | 2 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 18.3 | | 117 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15.04 | Теория и практика массовой информации | 2 | 2 | | | 5 | 5 | 36 | 180 | 180 | 18.5 | | 149 | 12.5 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15.05 | Копирайтинг | 2 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 20.3 | | 79 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15.06 | Спичрайтинг | | 2 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 8.2 | | 96 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.15.07 | Основы теории коммуникации | | 2 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 8.2 | | 96 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.16 | Модуль 2 Интегрированные коммуникации | 123 | 22333 | | 3 | 29 | 29 | | 1044 | 1044 | 111.9 | 14 | 882.1 | 50 | 6 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.16.01 | Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью | 123 | 23 | | 3 | 18 | 18 | 36 | 648 | 648 | 89.3 | 14 | 520.1 | 38.6 | 4 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.16.02 | Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и PR-продукта | | 33 | | | 7 | 7 | 36 | 252 | 252 | 14.4 | | 230 | 7.6 | 2 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.16.03 | Брендинг | | 2 | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 8.2 | | 132 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.17 | Модуль 3 Менеджмент | 33 | 34 | | | 12 | 12 | | 432 | 432 | 51 | | 356 | 25 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.17.01 | Менеджмент в рекламе и связях с общественностью | 3 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 10.3 | | 89 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.17.02 | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | 3 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 16.3 | | 83 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.17.03 | Консалтинг в связях с общественностью | | 3 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 10.2 | | 94 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.17.04 | Связи с общественностью в кризисных ситуациях | | 4 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 14.2 | | 90 | 3.8 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.18 | Модуль 4 Маркетинг | 34 | | | | 7 | 7 | | 252 | 252 | 24.6 | | 210 | 17.4 | 4 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.18.01 | Маркетинг в рекламе и связях с общественностью | 4 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 8.3 | | 127 | 8.7 | 4 |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.18.02 | Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ | 3 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 16.3 | | 83 | 8.7 | . |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.19 | Этика профессиональной деятельности | | 3 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 12.2 | | 92 | 3.8 | . |

| - | - | - | - | Форма контроля | | | | з.е. | | Итого акад.часов | | | | | | | | | |
|---|---|---------------|--|----------------|-------|-------------|----|------------|----------|------------------|------------|------------|--------------|------|------------|--------------|------------|-------|----|
| | | | | Экзамен | Зачет | Зачет с оц. | КР | Экспертное | Факт | Часов в з.е. | Экспертное | По плану | Контакт часы | КРП | СР | Контакт часы | Интер часы | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.20 | Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах | | 3 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 14.2 | | 90 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.О.21 | Мультимедийные технологии в профессиональной сфере | 1 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 8.3 | | 127 | 8.7 | | | |
| | | | | | | | | | | 130 | 130 | | 4680 | 4680 | 486.6 | 14 | 3939.1 | 254.3 | 26 |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.01 | История рекламы и связей с общественностью | 11 | | | | 7 | 7 | 36 | 252 | 252 | 26.6 | | 208 | 17.4 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.02 | История рекламного плаката | | 2 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 10.2 | | 94 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.03 | Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью | 1 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 14.3 | | 121 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.04 | Управление проектами в рекламно-информационной деятельности | 4 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 14.3 | | 85 | 8.7 | 6 | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.05 | Управление информацией в современном медиaprостранстве | 3 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 18.3 | | 117 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.06 | Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве | 3 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 10.3 | | 125 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.07 | Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов | 2 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 10.3 | 2 | 89 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.08 | Традиционные и инновационные технологии в рекламе и PR | 4 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 22.3 | | 77 | 8.7 | 6 | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.09 | Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации | 4 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 12.3 | | 87 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.10 | Организация специальных мероприятий | | 4 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 26.2 | | 78 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.11 | Проектирование, модернизация и продвижение сайтов | | 4 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 16.2 | | 88 | 3.8 | 4 | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.12 | Современная пресс-служба | | 4 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 12.2 | | 92 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.13 | Спецсеминар по написанию курсовой работы | | 3 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 6.2 | | 98 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.14 | Спецсеминар по написанию ВКР | | 4 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 6.2 | | 98 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.15 | Искусство бизнес-презентации | | 3 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 8.2 | | 96 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.01 | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1 | 2 | | | | 4 | 4 | | 144 | 144 | 20.3 | | 115 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.01.01 | Имиджмейкинг в политике и бизнесе | 2 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 20.3 | | 115 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.01.02 | Основы имиджологии | 2 | | | | 4 | 4 | 36 | 144 | 144 | 20.3 | | 115 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.02 | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2 | 3 | | | | 3 | 3 | | 108 | 108 | 6.3 | | 93 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.02.01 | Административно-правовое регулирование сферы медиакommunikаций | 3 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 6.3 | | 93 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.02.02 | Правовое регулирование информационной деятельности | 3 | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 8.3 | | 91 | 8.7 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.03 | Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3 | 4 | | | | 3 | 3 | | 108 | 108 | 12.2 | | 92 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.03.01 | Экспертные оценки в профессиональной деятельности | | 4 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 12.2 | | 92 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.03.02 | Рейтинги в рекламе и связях с общественностью | | 4 | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 12.2 | | 92 | 3.8 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.04 | Элективные дисциплины по физической культуре и спорту | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б1.В.ДВ.04.01 | Баскетбол | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.02 | Волейбол | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.03 | Бадминтон | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.04 | Общая физическая и профессионально-прикладная подготовка | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.05 | Футбол | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.06 | Легкая атлетика | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.07 | Атлетическая гимнастика | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.08 | Азробика и фитнес технологии | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.09 | Едиборства | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.10 | Плавание | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | - | Б1.В.ДВ.04.11 | Физическая рекреация | | | | | | | | | | | | 328 | | | | |
| | | | | | | | | | | 62 | 62 | | 2232 | 2560 | 252.9 | 2 | 2181 | 126.1 | 16 |
| | | | | | | | | | | 192 | 192 | | 6912 | 7240 | 739.5 | 16 | 6120.1 | 380.4 | 42 |
| Блок 2.Практика | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Обязательная часть | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.01 | Учебная практика | | | | | 12 | 12 | 12 | 432 | 432 | 96 | | 336 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.01.01(У) | Профессионально-ознакомительная практика. Часть 1 | | 1 | | | 6 | 6 | 36 | 216 | 216 | 48 | | 168 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.01.02(У) | Профессионально-ознакомительная практика. Часть 2 | | 2 | | | 6 | 6 | 36 | 216 | 216 | 48 | | 168 | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.02 | Производственная практика | | | | | 45 | 27 | 27 | 972 | 972 | 72 | | 1008 | | | | |

| Курс 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|-------|-----|-----|----|-----|-----|-----|-----|-----------|--------------|---------------|-----|-----|------------|----|-----------|-----|-----|-----|-----|-----------|---------------|-------|-----|-----|------------|----|-----------|-----|-----|-----|-------|-----------|--------------|--|
| Установочная сессия | | | | | | | | | | | Зимняя сессия | | | | | | | | | | | Летняя сессия | | | | | | | | | | | | | |
| з.е. на курсе | Итого | Лек | Лаб | Пр | КСР | КРП | ИКР | СР | Конт роль | Формы контр. | Итого | Лек | Лаб | Лаб интер. | Пр | Пр интер. | КСР | КРП | ИКР | СР | Конт роль | Формы контр. | Итого | Лек | Лаб | Лаб интер. | Пр | Пр интер. | КСР | КРП | ИКР | СР | Конт роль | Формы контр. | |
| 43 | 252 | 16 | 2 | 28 | | | | 206 | | | 540 | 16 | 8 | 2 | 12 | 4 | | | 1.7 | 461 | 41.3 | | 756 | 16 | 18 | 2 | 20 | 2 | | | 1.7 | 654.1 | 46.2 | | |
| 3 | 108 | 6 | | 4 | | | 0.2 | 94 | 3.8 | з | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 36 | 2 | | 2 | | 2 | | 30 | | | 72 | 2 | | 2 | | | | | 0.3 | 59 | 8.7 | э | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 36 | 6 | 2 | 10 | | | | 18 | | | 108 | 2 | | | | | | | 0.3 | 97 | 8.7 | э | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 36 | 6 | 2 | 10 | | | | 18 | | | 108 | 2 | | | | | | | 0.3 | 97 | 8.7 | э | | | | | | | | | | | | | |
| 10 | 180 | 14 | 2 | 16 | | 2 | 0.2 | 142 | 3.8 | | 180 | 4 | | 2 | | | | | 0.6 | 156 | 17.4 | | | | | | | | | | | | | | |
| 53 | 432 | 30 | 4 | 44 | | 2 | 0.2 | 348 | 3.8 | | 720 | 20 | 8 | 2 | 14 | 4 | | | 2.3 | 617 | 58.7 | | 756 | 16 | 18 | 2 | 20 | 2 | | | 1.7 | 654.1 | 46.2 | | |
| 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 216 | | | | | | | | 48 | 168 | | о | |
| 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | 216 | | | | | | | | 48 | 168 | | о | |

| - | - | - | - | Форма контроля | | | | з.е. | | - | Итого акад.часов | | | | | | | |
|--|---|---------------|---|----------------|-------|-------------|----|-------------|------|----|------------------|-------------|----------|--------------|-------|-------|-----------|------------|
| | | | | Экза мен | Зачет | Зачет с оц. | КР | Экспер тное | Факт | | Часов в з.е. | Экспер тное | По плану | Контакт часы | КРП | СР | Конт роль | Интер часы |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.02.01(П) | Профессионально-творческая практика | | | 4 | | 6 | 6 | 36 | 216 | 216 | 24 | | 192 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б2.О.02.02(Ц) | Преддипломная практика | | | 5 | | 21 | 21 | 36 | 756 | 756 | 48 | | 816 | | | |
| | | | | | | | | | 39 | 39 | | 1404 | 1404 | 168 | | 1344 | | |
| | | | | | | | | | 39 | 39 | | 1404 | 1404 | 168 | | 1344 | | |
| Блок 3. Государственная итоговая аттестация | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б3.01(Д) | Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы | | | | | 3 | 3 | 36 | 108 | 108 | 20 | | 88 | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | Б3.02(Д) | Защита выпускной квалификационной работы | | | | | 6 | 6 | 36 | 216 | 216 | 0.5 | | 215.5 | | | |
| | | | | | | | | | 9 | 9 | | 324 | 324 | 20.5 | | 303.5 | | |
| | | | | | | | | | 9 | 9 | | 324 | 324 | 20.5 | | 303.5 | | |
| ФТД. Факультативы | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> | + | ФТД.01 | PR-коммуникации на английском языке | | 2 | | | 1 | 1 | 36 | 36 | 36 | 4.2 | | 28 | 3.8 | | |
| <input type="checkbox"/> | + | ФТД.02 | Рекламные коммуникации на английском языке. | | 4 | | | 1 | 1 | 36 | 36 | 36 | 6.2 | | 26 | 3.8 | | |
| | | | | | | | | | 2 | 2 | | 72 | 72 | 10.4 | | 54 | 7.6 | |
| | | | | | | | | | 2 | 2 | | 72 | 72 | 10.4 | | 54 | 7.6 | |

| | Итого | | | | | | Курс 1 | Курс 2 | Курс 3 | Курс 4 | Курс 5 |
|---|--------------------------------|-------|--------------|------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Баз.% | Вар.% | ДВ(от Вар.)% | з.е. | | | | | | | |
| | | | | Мин. | Макс. | Факт | | | | | |
| Итого (с факультативами) | | | | 200 | | 242 | 52 | 60 | 55 | 45 | 30 |
| Итого по ОП (без факультативов) | | | | 198 | | 240 | 52 | 59 | 55 | 44 | 30 |
| Дисциплины (модули) | 68% | 32% | 16.1% | 165 | | 192 | 46 | 53 | 55 | 38 | |
| Обязательная часть | | | | | | 130 | 35 | 43 | 38 | 14 | |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | 62 | 11 | 10 | 17 | 24 | |
| Практика | 100% | 0% | 0% | 27 | | 39 | 6 | 6 | | 6 | 21 |
| Обязательная часть | | | | | | 39 | 6 | 6 | | 6 | 21 |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | | | | | | | | | | |
| Государственная итоговая аттестация | | | | 6 | 9 | 9 | | | | | 9 |
| Факультативы | | | | 2 | 10 | 2 | | 1 | | 1 | |
| Учебная нагрузка (акад.час/нед) | ОП, факультативы | | | | | 49.4 | 55.7 | 54.6 | 50 | 39.4 | |
| | в период гос. экзаменов | | | | | | | | | | |
| Контактная работа (акад.час/год) | ОП без элект. курсов по физ.к. | | | | | 184.9 | 190.2 | 180.2 | 198.1 | 171 | |
| Аудиторная нагрузка (акад.час/год) | ОП без элект. курсов по физ.к. | | | | | 181 | 186 | 176 | 194 | 168 | |
| Обязательные формы контроля | ЭКЗАМЕНЫ (Экз) | | | | | | 6 | 8 | 7 | 6 | |
| | ЗАЧЕТЫ (За) | | | | | | 12 | 9 | 10 | 6 | |
| | КУРСОВЫЕ РАБОТЫ (КР) | | | | | | | | 1 | | |
| Процент ... занятий от аудиторных | лекционных | | | | | 40.34% | | | | | |
| | в интерактивной форме | | | | | 5.8% | | | | | |
| Объем обязательной части от общего объема программы | | | | | | 70.4% | | | | | |
| Объем конт. работы от общего объема времени на реализацию дисциплин (модулей) | | | | | | 10.2% | | | | | |

Приложение 3.

Аннотации к рабочим программам дисциплин

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.01 ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 7 зачетных единиц (252 часов), для ЗФО 7 зачетных единицы (252 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» является формирование у студентов универсальных компетенций в области межкультурного разнообразия общества в социально-историческом контексте развития рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины

В задачи изучения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» входит обеспечение формирования у студентов универсальных компетенций посредством становления системы знаний, умений, опыта: - раскрытия социальных проблем и особенностей общественного развития на основе межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах; - умения выявлять общие закономерности исторического развития рекламы и связей с общественностью в социально-историческом контексте; - готовности вести авторскую и социально-просветительскую деятельность на основе межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «История рекламы и связей с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Мультимедийные технологии в профессиональной сфере».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | |
| ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. | Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний. | <p>Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p> <p>Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p> <p>Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний.</p> |
| ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития. | <p>Знает историю России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития.</p> <p>Владеет навыками анализа истории России.</p> |
| ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний. | <p>Знает историческое наследие и социокультурные традиции.</p> <p>Умеет критически анализировать историческое наследие.</p> <p>Владеет навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний.</p> |

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре, 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Возникновение СО как общественного явления: истоки, формы в философском контексте. | 8 | 2 | 2 | - | 4 |
| 2. | Истоки рекламной коммуникации. Протореклама. | 14 | 2 | 2 | - | 10 |
| 3. | Социальные факторы формирования рекламы и СО: культура урбанизма в контексте межкультурного разнообразия общества. | 14 | 2 | 2 | - | 10 |
| 4. | Прапиаристические и первые PR-явления в обществе (социально-исторический контекст). | 14 | 2 | 2 | - | 10 |
| 5. | История развития рекламы и СО в античном обществе. | 14 | 2 | 2 | - | 10 |
| 6. | Развитие рекламы и СО в западноевропейской средневековой культуре. | 14 | 2 | 2 | - | 10 |
| 7. | Рекламно-информационная деятельность в эпоху Нового времени XVI – XVII вв. (социально-исторический контекст). | 16 | 2 | 4 | - | 10 |
| 8. | Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке (социально-исторический контекст). | 14 | 2 | 2 | - | 10 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 108 | 16 | 18 | - | 74 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 35,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре, 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Развитие рекламы и СО в XX веке (социально-исторический контекст). | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 2. | История рекламы и СО в контексте кросс-культурных исследований как межкультурное разнообразие общества. | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 3. | Опыт развития рекламы и СО в США. | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 4. | Развитие рекламы и СО в России. | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 5. | Межкультурные особенности медиавосприятия и рекламной коммуникации в контексте кросс-культурного подхода. | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 6. | Влияние социальных медиа на развитие рекламы и СО в современном медиапространстве в этическом и философском контекстах. | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 7. | Современные тенденции развития рекламы и СО в этическом контексте. Методы развития медиакомпетентности. | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 70 | 14 | 14 | - | 42 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
 Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре, 1 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. | Возникновение СО как общественного явления: истоки, формы в философском контексте. Истоки рекламной коммуникации. Протореклама. | 29 | 2 | 2 | - | 25 |
| 10. | Социальные факторы формирования рекламы и СО: культура урбанизма в контексте межкультурного разнообразия общества. Прапиаристические и первые PR-явления в обществе (социально-исторический контекст). | 29 | 2 | 2 | - | 25 |
| 11. | История развития рекламы и СО в античном обществе. | 29 | 2 | 2 | - | 25 |
| 12. | Развитие рекламы и СО в западноевропейской средневековой культуре. Рекламно-информационная деятельность в эпоху Нового времени XVI – XVII вв. Развитие западноевропейской рекламы и СО в XIX веке (социально-исторический контекст). | 38 | 2 | 2 | - | 34 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 135 | 8 | 8 | - | 119 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре, 1 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Развитие рекламы и СО в XX веке (социально-исторический контекст). История рекламы и СО в контексте кросс-культурных исследований как межкультурное разнообразие общества. | | 2 | 2 | - | 30 |
| 2. | Опыт развития рекламы и СО в США. Развитие рекламы и СО в России. | | 2 | 2 | - | 30 |
| 3. | Влияние социальных медиа на развитие рекламы и СО в современном медиапространстве в этическом и философском контекстах. Современные тенденции развития рекламы и СО в этическом контексте. Методы развития медиакомпетентности. | | | 2 | - | 29 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 99 | 4 | 6 | - | 89 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Д.Б. Бережнова, доцент, канд. педагог. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.02 ИСТОРИЯ РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА»**
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины связана с приобретением комплекса знаний в области исторического развития визуальных коммуникаций в рекламе, формирование навыков анализа и оценки выразительных средств рекламы и дизайна, освоение области применения отечественного и мирового опыта плакатного жанра в рекламе.

Задачи дисциплины

- раскрытие сущности понятия «рекламный плакат»;
- ознакомление с историей становления и развития жанра рекламного плаката;
- выявление плакатного жанра как одного из основных инструментов визуальных коммуникаций в рекламе;
- выявление технических, стилистических и идеологических особенностей плакатного жанра и рекламы в разные исторические периоды;
- знакомство с наиболее значимыми отечественными и зарубежными именами, школами и направлениями в плакатном жанре и рекламе.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «История рекламного плаката» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «История рекламного плаката» базируется на изучении таких предметов, как «История рекламы и связей с общественностью», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | |
| ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. | Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества. |
| ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний. | Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| | Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |
| ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |
| ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний. | Знает историческое наследие и социокультурные традиции. Умеет критически анализировать историческое наследие. Владеет навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-----------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Контактные часы | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Плакат: понятие; жанры; функциональная реализация. Развитие плакатных форм | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 2. | Психология восприятия плаката. | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 3. | История плаката США. | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 4. | Французский рекламный плакат | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 5. | История развития плакатных форм в России: дореволюционный российский рекламный плакат | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 6. | История развития плакатных форм в России: советский рекламный плакат 1917-1953 гг. | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 7. | История развития плакатных форм в России: 1953-1991 гг. | 14,8 | 4 | 4 | | 6,8 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 103,8 | 28 | 28 | | 47,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-----------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Контактные часы | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8. | Плакат: понятие; жанры; функциональная реализация. Развитие плакатных форм | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 9. | Психология восприятия плаката. | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 10. | История плаката США. | 14 | 1 | | | 13 |
| 11. | Французский рекламный плакат | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 12. | История развития плакатных форм в России: дореволюционный российский рекламный плакат | 14 | | 1 | | 13 |
| 13. | История развития плакатных форм в России: советский рекламный плакат 1917-1953 гг. | 16 | 1 | | | 15 |
| 14. | История развития плакатных форм в России: 1953-1991 гг. | 15 | 1 | | | 14 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 104 | 6 | 4 | | 94 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.03 ЛИТЕРАТУРА И ИСКУССТВО В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения 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 PR.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|-----------|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Литература в дохристианский период | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 2. | Древнерусская литература. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 3. | XVII век в истории литературы и искусства | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 4. | Русская литература эпохи Просвещения | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 5. | Литература и искусство первой половины XIX в. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 6. | Литература и искусство рубежа веков: XIX в.-XXв. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 7. | Русская литература советского периода XX в. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 8. | Русская литература конца XX – начала XXI в. | 6 | 2 | 4 | | |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>104</i> | <i>16</i> | <i>18</i> | | <i>70</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре 1 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----------|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. | Литература в дохристианский период | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 10. | Древнерусская литература. | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 11. | XVII век в истории литературы и искусства | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 12. | Русская литература эпохи Просвещения | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 13. | Литература и искусство первой половины XIX в. | 12 | 1 | 1 | | 10 |
| 14. | Литература и искусство рубежа веков: XIX в.-XXв. | 12 | 1 | 1 | | 10 |
| 15. | Русская литература советского периода XX в. | 11 | 1 | | | 10 |
| 16. | Русская литература конца XX – начала XXI в. | 12 | 1 | | | 11 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>135</i> | <i>8</i> | <i>6</i> | | <i>121</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Л.И. Демина, профессор, д-р филол. наук, профессор

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.04 УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системных базовых представлений, знаний, умений и навыков по управлению проектами в сфере рекламно-информационной деятельности.

Задачи дисциплины

- сформировать представление об основах проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- научить студентов основным принципам проектной деятельности в профессиональной сфере;
- дать теоретические знания к анализу конкретных ситуаций и материалов;
- научить студентов осуществлять подготовку проектов;
- подготовить обучающихся к участию в организации и реализации проектов;
- сформировать у обучающихся навыки подготовки пакета проектных документов, необходимых для успешного выполнения профессиональных обязанностей.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление проектами в рекламно-информационной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Управление проектами в рекламно-информационной деятельности» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта», «Теория и практика информационной политики в медиапространстве».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | |
| ИУК-2.1. Принимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов. | Знает правовые нормы и акты. Умеет выявлять сущность правовых норм. Владеет навыками определения цели и задачи нормативных правовых актов. |
| ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач. | Знает правовую информацию для решения профессиональных задач. Умеет осуществлять поиск необходимой правовой информации. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| | Владеет способами поиска правовой информации для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.3. Использует принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Знает принципы проектной методологии. Умеет использовать принципы проектной методологии. Владеет навыками использования проектной методологии для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. | Знает способы решения задач. Умеет выбирать оптимальный способ решения задач, на основе проектного инструментария. Владеет оптимальными способами решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. |
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| ПК-3. Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | |
| ИПК 3.1. Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | <p>Знает специфику создания и редактирования контента сайта.</p> <p>Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> <p>Владеет способностью создавать и редактировать контент сайта.</p> |
| ИПК 3.2. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. | <p>Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> <p>Знает работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> <p>Владеет навыками работы по созданию и редактированию контента сайта.</p> |
| ИПК 3.3. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. | <p>Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта.</p> <p>Знает работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> <p>Умеет осуществлять создание, редактирование, управление и контроль контента сайта.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Основные принципы проектирования в сфере рекламно-информационной деятельности. Методы и содержание проектной деятельности. | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 2. | Теоретические основы проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; понятие проектной деятельности, цели проектирования. | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 3. | Подготовка к проекту. Структуризация и планирование проекта. | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 4. | Фандрайзинг и бюджет проекта. | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 5. | Сущность управления проектом. | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 6. | Презентация как средство демонстрации жизнеспособности проекта. | 7 | 2 | 4 | | 5 |
| 7. | Исполнение и завершение проекта. | 9 | 2 | 2 | | 2 |
| 8. | Оценка проектной деятельности. | 12 | 2 | 2 | | 2 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 68 | 16 | 18 | | 34 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. | Основные принципы проектирования в сфере рекламно-информационной деятельности. Методы и содержание проектной деятельности. | | 2 | | | 10 |
| 10. | Теоретические основы проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью; понятие проектной деятельности, цели проектирования. | | 2 | | | 10 |
| 11. | Подготовка к проекту. Структуризация и планирование проекта. | | 2 | | | 10 |
| 12. | Фандрайзинг и бюджет проекта. | | | 2 | | 10 |
| 13. | Сущность управления проектом. | | | 2 | | 10 |
| 14. | Презентация как средство демонстрации жизнеспособности проекта. | | | 2 | | 15 |
| 15. | Исполнение и завершение проекта. | | | 2 | | 10 |
| 16. | Оценка проектной деятельности. | | | | | 10 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 99 | 6 | 8 | | 85 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Е.В. Пономаренко, доцент, канд. полит. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.05 УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИЕЙ В СОВРЕМЕННОМ
МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины

Формирование у студентов системных базовых представлений, знаний, умений и навыков по управлению проектами в сфере рекламно-информационной деятельности.

Задачи дисциплины

- сформировать представление об основах проектной деятельности в области рекламы и связей с общественностью;
- научить студентов основным принципам проектной деятельности в профессиональной сфере;
- дать теоретические знания к анализу конкретных ситуаций и материалов;
- научить студентов осуществлять подготовку проектов;
- подготовить обучающихся к участию в организации и реализации проектов;
- сформировать у обучающихся навыки подготовки пакета проектных документов, необходимых для успешного выполнения профессиональных обязанностей.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Управление информацией в современном медиапространстве» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Управление информацией в современном медиапространстве» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Психология массовых коммуникаций».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| ПК-2. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | |
| ИПК 2.1. Знает особенности продвижения продукции СМИ. | Знает особенности продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять продвижение продукции СМИ. Владеет навыками продвижения продукции СМИ. |
| ИПК 2.2. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности | Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| результатов продвижения продукции СМИ. | Знает основы продвижения продукции СМИ. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |
| ИПК 2.3. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. | Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Управление информацией в современном медиапространстве. Введение | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 2. | Процесс формирования общественного мнения | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 3. | Управление общественным мнением | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 4. | Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге | 15 | 5 | 5 | | 5 |
| 5. | Методы и приемы управления информацией в современном медиапространстве | 15 | 5 | 5 | | 5 |
| 6. | Механизмы моды | 15 | 5 | 5 | | 5 |
| 7. | Социально-психологические функции моды | 17 | 5 | 6 | | 6 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 104 | 32 | 36 | | 36 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 35,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Управление информацией в современном медиапространстве. Введение | 34 | 2 | 2 | | 30 |
| 5. | Процесс формирования общественного мнения | 34 | 2 | 2 | | 30 |
| 6. | Управление общественным мнением | 34 | 2 | 2 | | 30 |
| 4. | Особенности формирования имиджа в политическом маркетинге | 33 | 2 | 4 | | 27 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 135 | 8 | 10 | | 117 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Авторы И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук, доцент, Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.06 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В
МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

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
- 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 «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Основы теории коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | |
| ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. | Знает необходимую информацию по решению поставленных задач. Умеет проводить критический анализ необходимой информации. Владеет навыками синтеза необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. |
| ИУК-1.2. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор. | Знает варианты решения задачи. Умеет выбирать оптимальный вариант решения задачи. Владеет навыками аргументации по выбору оптимального решения задачи. |
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | |
| ИУК-2.1. Принимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов. | Знает правовые нормы и акты. Умеет выявлять сущность правовых норм. Владеет навыками определения цели и задачи нормативных правовых актов. |
| ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач. | Знает правовую информацию для решения профессиональных задач. Умеет осуществлять поиск необходимой правовой информации. Владеет способами поиска правовой информации для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.3. Использует принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Знает принципы проектной методологии. Умеет использовать принципы проектной методологии. Владеет навыками использования проектной методологии для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. | Знает способы решения задач. Умеет выбирать оптимальный способ решения задач, на основе проектного инструментария. Владеет оптимальными способами решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| | <p>коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> |
| <p>ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> | <p>Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> |
| <p>ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> | <p>Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Информационные войны. Введение | 16 | 4 | 6 | | 6 |
| 2. | Манипулятивные возможности масс-медиа | 16 | 4 | 6 | | 6 |
| 3. | Угрозы информационно-психологической безопасности личности и их основные источники | 16 | 4 | 6 | | 6 |
| 4. | Сетевые войны | 17 | 5 | 6 | | 6 |
| 5. | Социальный PR | 17 | 5 | 6 | | 6 |
| 6. | Паблик рилейшнз и кризисных ситуациях | 17 | 5 | 6 | | 6 |
| 7. | Психогенные, лингвистические, психотронные и психотропные средства | 19 | 5 | 7 | | 7 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 104 | 32 | 36 | | 36 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 35,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Информационные войны. Введение | 19 | 1 | 1 | | 17 |
| 5. | Манипулятивные возможности масс-медиа | 20 | 1 | 1 | | 18 |
| 6. | Угрозы информационно-психологической безопасности личности и их основные источники | 20 | 1 | 1 | | 18 |
| 4. | Сетевые войны | 20 | 1 | 1 | | 18 |
| 5. | Социальный PR | 19 | | 1 | | 18 |
| 6. | Паблик рилейшнз и кризисных ситуациях | 19 | | 1 | | 18 |
| 7. | Психогенные, лингвистические, психотронные и психотропные средства | 18 | | | | 18 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 135 | 4 | 6 | | 125 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Авторы И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук, доцент, Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.07 СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ
И ПР-ТЕКСТОВ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 2 зачетных единицы (72 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения 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 филологической 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 «Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Стилистика и литературное редактирование рекламных и ПР-текстов» базируется на изучении таких предметов, как «Копирайтинг», «Русский язык и основы деловой коммуникации», «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации», «Литература и искусство в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке (ах) | коммуникацию в устной и письменной формах |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | |
| ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. | Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества. |
| ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний. | Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|---|--|
| ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |
| ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № разд ела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------------|--|------------------|----------------------|----|----|---------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Стратегии и тактики разработки рекламного и ПР-продукта. | 10 | 4 | 5 | | 1 |
| 2. | Бриф в рекламе Типовая структура брифа. | 9 | 4 | 5 | | |
| 3. | Манипулятивные приемы рекламного и ПР-текста | 10 | 4 | 5 | | 1 |
| 4 | НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламу и ПР. | 9 | 4 | 5 | | |
| 5 | Оригинальные психологические теории рекламы и ПР | 9 | 4 | 5 | | |
| 6 | Национально-культурная специфика восприятия рекламного и ПР-текста | 10 | 4 | 5 | | 1 |
| 7 | Психологическая экспертиза рекламы и ПР. | 9 | 4 | 5 | | |
| 8 | Типичные ошибки рекламистов и ПР-специалистов | 11 | 4 | 6 | | 1 |
| | <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | 68 | 32 | 36 | | 4 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|----|----|------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Стратегии и тактики разработки рекламного и ПР-продукта. | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| 5. | Бриф в рекламе Типовая структура брифа. | 15 | 2 | 2 | - | 11 |
| 6. | Манипулятивные приемы рекламного и ПР-текста | 11 | - | - | - | 11 |
| 4 | НЛП как средство вовлечения потребителя в рекламу и ПР. | 11 | - | - | - | 11 |
| 5 | Оригинальные психологические теории рекламы и ПР | 11 | - | - | - | 11 |
| 6 | Национально-культурная специфика восприятия рекламного и ПР-текста | 11 | - | - | - | 11 |
| 7 | Психологическая экспертиза рекламы и ПР. | 11 | - | - | - | 11 |
| 8 | Типичные ошибки рекламистов и ПР-специалистов | 12 | - | - | - | 12 |
| | Итого по разделам дисциплины: | 97 | 4 | 4 | - | 89 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Авторы Л.И. Демина, профессор, д-р филол. наук, профессор, М.А. Кучменко, доцент, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.08 ТРАДИЦИОННЫЕ И ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ
И ПР»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины - изучить традиционные и 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 традиционной и инновационной деятельности;
- описать современные тенденции в развитии рекламной индустрии;
- рассмотреть традиционные и инновационные технологии в рекламной и ПР-практиках.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Традиционные и инновационные технологии в рекламе и ПР» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Традиционные и инновационные технологии в рекламе и ПР» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Консалтинг в связях с общественностью», «Социология рекламы», «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта», «Теория и практика массовой информации», «История рекламы и 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в | Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры | Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|---|--|
| организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|----------------------|----|----|-------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Теоретические аспекты инновационной деятельности Современные тенденции развития рекламного рынка | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 2. | Современные принципы брендинга | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 3. | Инновации в рекламе. Инновации в ПР | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 4. | Реклама в соцсетях. ПР в соцсетях | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 5. | Форсайтные исследования в связях с общественностью | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 6. | Требования к рекламе. Правовое регулирование рекламной деятельности | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 7. | Средства наружной рекламы. Средства почтовой рекламы | 7 | 2 | 3 | - | 2 |
| 8. | Вспомогательные средства рекламы. Планирование рекламных кампаний. | 7 | 2 | 3 | - | 2 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 68 | 16 | 18 | - | 34 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Теоретические аспекты инновационной деятельности Современные тенденции развития рекламного рынка | 22 | 1 | 2 | - | 19 |
| 2. | Современные принципы брендинга | 21 | 1 | 1 | - | 19 |
| 3. | Инновации в рекламе. Инновации в ПР | 22 | 1 | 2 | - | 19 |
| 4. | Реклама в соцсетях. ПР в соцсетях | 22 | 1 | 1 | - | 20 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 99 | 10 | 12 | - | 77 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Авторы Г.Н. Немец, доцент, канд. филол. наук, доцент, И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.09 РАЗРАБОТКА И ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ
ОРГАНИЗАЦИИ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации» является:

1. предоставление студентам исчерпывающих знаний о сущности и задачах стратегического маркетинга, его месте и значимости в современных условиях, о механизмах и методах стратегического маркетинга;

2. обучение студентов применению при разработке и планировании маркетинговой стратегии в организации 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;

3. обучение студентов методам разработки и планирования маркетинговых стратегий в организации.

Задачи дисциплины

- обеспечить понимание студентами роли стратегического маркетингового планирования в формировании в организации концепции маркетингового управления на основе новых организационных знаний, создаваемых на базе получаемой в ходе разработки и планирования маркетинговой стратегии;

- сформировать у студентов маркетинговый подход к проблемам изучения внешней среды организации; - научить студентов методам и приемам изучения внутренней среды организации, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности организации;

- привить студентам практические навыки в области создания новых организационных знаний на основе информации, получаемой в ходе маркетинговых и социологических исследований в рамках разработки и планирования маркетинговой стратегии организации;

- научить студентов методам и процедурам, используемых стратегическим маркетингом;

- обучить студентов методам и технике разработки и обоснования стратегических и тактических (оперативных) управленческих решений в сфере маркетинга с использованием новой социологической и маркетинговой информации и новых организационных знаний.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации» базируется на изучении таких предметов, как «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью», «Консалтинг в связях с общественностью»,

«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Экспертные оценки в профессиональной сфере».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы. | Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития. |
| ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. Умеет разрабатывать основы маркетинга и маркетинговых исследований. Владеет навыками маркетинговых исследований. |
| ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. Знает маркетинговую стратегию организации. Владеет способностью разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. |
| ИПК 1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Знает технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| | Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | <p>Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | <p>Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | <p>Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование тем | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Современная концепция стратегического маркетинга | 12 | 3 | 3 | | 6 |
| 2. | Стратегический маркетинг на корпоративном уровне управления | 12 | 3 | 3 | | 6 |
| 3. | Стратегический маркетинг на функциональном уровне управления | 11 | 2 | 3 | | 6 |
| 4. | Стратегический маркетинг на инструментальном уровне управления | 11 | 2 | 3 | | 6 |
| 5. | Стратегическое планирование маркетинга | 12 | 3 | 3 | | 6 |
| 6. | Стратегический маркетинговый контроль и аудит | 10 | 3 | 3 | | 4 |
| | Итого по дисциплине: | 68 | 16 | 18 | | 34 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 8 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование тем | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Современная концепция стратегического маркетинга | 7 | 1 | 1 | | 5 |
| 2. | Стратегический маркетинг на корпоративном уровне управления | 28 | 1 | 1 | | 26 |
| 3. | Стратегический маркетинг на функциональном уровне управления | 12 | 1 | 1 | | 10 |
| 4. | Стратегический маркетинг на инструментальном уровне управления | 20 | 1 | 1 | | 18 |
| 5. | Стратегическое планирование маркетинга | 20 | 1 | 1 | | 18 |
| 6. | Стратегический маркетинговый контроль и аудит | 12 | 1 | 1 | | 10 |
| | Итого по дисциплине: | 99 | 6 | 6 | | 87 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Л.А. Недыхалов, доцент, канд. экон. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.10 ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ»**
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины – ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных и PR-мероприятий.

Задачи дисциплины

В ходе реализации задач курса предполагается:

- изучить специфику планирования, организации и проведения специальных мероприятий;
- проанализировать особенности целевых аудиторий в рекламной и PR-коммуникации;
- развить навыки творческого мышления в области социального проектирования.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация специальных мероприятий» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Организация специальных мероприятий» базируется на изучении таких предметов, как «Традиционные и инновационные технологии в рекламе и ПР», «Управление информацией в современном медиапространстве», «Искусство бизнес-презентации», «Маркетинг в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | |
| ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации. | Знает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. Умеет соблюдать нормы и установленные правила поведения в организации. Владеет навыками межличностных и групповых коммуникаций. |
| ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу. | Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Понятие и основные форматы специальных мероприятий | 16 | 2 | 2 | 6 | 6 |
| 2. | Проектирование специальных мероприятий | 22 | 2 | 4 | 8 | 8 |
| 3. | Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании | 24 | 4 | 4 | 8 | 8 |
| 4. | Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний | 20 | 4 | 4 | 6 | 6 |
| 5. | Оценка эффективности проекта рекламной кампании. <i>Итоговое занятие</i> | 19,8 | 4 | 4 | 6 | 5,8 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | | 101,8 | 16 | 18 | 34 | 33,8 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 6 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 6. | Понятие и основные форматы специальных мероприятий | 18 | 1 | 2 | 1 | 14 |
| 7. | Проектирование специальных мероприятий | 21 | 2 | 2 | 1 | 16 |
| 8. | Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании | 23 | 2 | 4 | 1 | 16 |
| 9. | Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний | 22 | 2 | 2 | 2 | 16 |
| 10. | Оценка эффективности проекта рекламной кампании. <i>Итоговое занятие</i> | 20 | 1 | 2 | 1 | 16 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | | 104 | 8 | 12 | 6 | 78 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 3,8 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор К.В. Виноградова, доцент, канд. истор. наук, доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.11 ПРОЕКТИРОВАНИЕ, МОДЕРНИЗАЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ САЙТОВ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

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 «Проектирование, модернизация и продвижение сайтов» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Проектирование, модернизация и продвижение сайтов» базируется на изучении таких предметов, как «Мультимедийные технологии в профессиональной сфере», «Основы имиджологии», «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и PR-продукта».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| ПК-3. Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | |
| ИПК 3.1. Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | Знает специфику создания и редактирования контента сайта. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет способностью создавать и редактировать контента сайта. |
| ИПК 3.2. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. | Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| | Владеет навыками работы по созданию и редактированию контента сайта. |
| ИПК 3.3. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. | Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Умеет осуществлять создание, редактирование, управление и контроль контента сайта. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры |

| | |
|--|---|
| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
| | организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити | 25,8 | 8 | 4 | 4 | 9,8 |
| 2. | Продвижение сайта. Способы продвижения | 20 | 6 | 4 | 4 | 6 |
| 3. | Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама | 20 | 6 | 4 | 4 | 6 |
| 4. | Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге | 20 | 6 | 4 | 4 | 6 |
| 5. | Анализ сайта. Конверсия сайта. <i>Итоговое занятие</i> | 16 | 6 | 2 | 2 | 6 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 101,8 | 32 | 18 | 18 | 33,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 6 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 8 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 6. | Создание сайта. Дизайн сайта. Контент. Юзабилити | 21 | 2 | 2 | 1 | 16 |
| 7. | Продвижение сайта. Способы продвижения | 19 | 1 | 1 | 1 | 16 |
| 8. | Каналы Интернет-рекламы. Контекстная реклама | 19 | 1 | 1 | 1 | 16 |
| 9. | Социальные сети и их роль в интернет-маркетинге | 19 | 1 | 1 | 1 | 16 |
| 10. | Анализ сайта. Конверсия сайта. <i>Итоговое занятие</i> | 16 | 1 | 1 | | 14 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 104 | 6 | 6 | 4 | 88 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 3,8 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор К.В. Виноградова, доцент, канд. истор. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.12 СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является 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 сферы, так и органов государственной власти.

Задачи дисциплины

- 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современная пресс-служба» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Современная пресс-служба» базируется на изучении таких предметов, как «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Этика профессиональной деятельности», «теория и практика информационной политики в медиапространстве», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Спичрайтинг», «Теория и практика массовой информации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | <p>Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| <p>ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> | <p>Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> |
| <p>ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> | <p>Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № разд ела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------------|--|------------------|----------------------|----|----|---------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | История формирования института пресс-служб. Информационно-коммуникативная основа концепции современной пресс-службы. | 6 | 4 | 2 | | 8 |
| 2. | Пресс-служба в структуре PR. | 6 | 4 | 2 | | 8 |
| 3. | Место пресс-службы в структурах экономической и государственной сферы России. | 8 | 4 | 2 | | 8 |
| 4. | Функции пресс-службы. | 6 | 4 | 2 | | 6 |
| 5. | Формы работы современной пресс-службы | 6 | 4 | 2 | | 6 |
| 6. | Типология PR -текстов. | 6 | 4 | 2 | | 5,8 |
| 7. | Ключевые различия в функционировании пресс-служб экономической и политической сфер общественной жизни. | 8 | 4 | 2 | | 6 |
| 8. | Пресс-секретарь: должностные обязанности, основные функции. | 8 | 4 | 4 | | 6 |
| 9. | Итоговое занятие | 2 | | | | |
| | Итого по разделам дисциплины: | 103,8 | 32 | 18 | | 53,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 8 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|----|----|------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | История формирования института пресс-служб. Информационно-коммуникативная основа концепции современной пресс-службы. | 12 | 2 | | | 10 |
| 2. | Пресс-служба в структуре PR. | 12 | | 2 | | 10 |
| 3. | Место пресс-службы в структурах экономической и государственной сферы России. | 10 | | | | 10 |
| 4. | Функции пресс-службы. | 12 | 2 | | | 10 |
| 5. | Формы работы современной пресс-службы | 12 | | 2 | | 10 |
| 6. | Типология PR -текстов. | 18 | | 2 | | 16 |
| 7. | Ключевые различия в функционировании пресс-служб экономической и политической сфер общественной жизни. | 12 | 2 | | | 10 |
| 8. | Пресс-секретарь: должностные обязанности, основные функции. | 16 | | | | 16 |
| 9. | Итоговое занятие | 2 | | | | |
| | Итого по разделам дисциплины: | 104 | 6 | 6 | | 92 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор А.А. Бельтюков, доцент, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.13 СПЕЦСЕМИНАР ПО НАПИСАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

«Спецсеминар по написанию курсовой работы» является приобретение обучающимися навыков написания научной работы и проведения научного исследования, а также подготовка студентов к осуществлению научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, освоение методов и процедур научно-исследовательской деятельности, организация и самоорганизация самостоятельной работы студентов.

Задачи дисциплины

- развитие компетенций постановки исследовательской проблемы;
- развитие навыка самостоятельного квалифицированного библиографического поиска;
- изучение и анализ научной литературы по выделенной теме;
- обучение написанию профессионально грамотного текста и оформление его в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным публикациям;
- умение презентовать и защищать свою научно-исследовательскую работу.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Спецсеминар по написанию курсовой работы» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Спецсеминар по написанию курсовой работы» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|---|---|
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Требования к курсовой работы | 12 | | 4 | | 8 |
| 2. | Индивидуальный план выполнения курсовой работы | 12 | | 4 | | 8 |
| 3. | Структура курсовой работы | 16 | | 6 | | 10 |
| 4. | Компоненты научно-исследовательского аппарата | 12 | | 4 | | 8 |
| 5. | Библиографический поиск | 9 | | 2 | | 7 |
| 6. | Требования к оформлению курсовой работы | 12 | | 4 | | 8 |
| 7. | Правила оформления списка использованной литературы в курсовой работе | 12 | | 4 | | 8 |
| 8. | Оформление презентации к курсовой работы | 10 | | 2 | | 8 |
| 9. | Итоговый научно-исследовательский семинар | 12,8 | | 4 | | 8,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 107,8 | | 34 | | 73,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 10. | Требования к курсовой работы | 11 | | 1 | | 10 |
| 11. | Индивидуальный план выполнения курсовой работы | 10 | | | | 10 |
| 12. | Структура курсовой работы | 11 | | 1 | | 10 |
| 13. | Компоненты научно-исследовательского аппарата | 10 | | | | 10 |
| 14. | Библиографический поиск | 11 | | 1 | | 10 |
| 15. | Требования к оформлению курсовой работы | 10 | | | | 10 |
| 16. | Правила оформления списка использованной литературы в курсовой работе | 11 | | 1 | | 10 |
| 17. | Оформление презентации к курсовой работы | 11 | | 1 | | 10 |
| 18. | Итоговый научно-исследовательский семинар | 11 | | 1 | | 10 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 104 | | 6 | | 98 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.14 СПЕЦСЕМИНАР ПО НАПИСАНИЮ ВКР»**
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

«Спецсеминар по написанию ВКР» является приобретение обучающимися навыков написания научной работы и проведения научного исследования, а также подготовка студентов к осуществлению научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, освоение методов и процедур научно-исследовательской деятельности, организация и самоорганизация самостоятельной работы студентов.

Задачи дисциплины

- развитие компетенций постановки исследовательской проблемы;
- развитие навыка самостоятельного квалифицированного библиографического поиска;
- изучение и анализ научной литературы по выделенной теме;
- обучение написанию профессионально грамотного текста и оформление его в соответствии с требованиями, предъявляемыми к научным публикациям;
- умение презентовать и защищать свою научно-исследовательскую работу.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Спецсеминар по написанию ВКР» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Спецсеминар по написанию ВКР» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | <p>Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).</p> <p>Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах).</p> |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | <p>Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении.</p> <p>Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении.</p> <p>Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами.</p> |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | <p>Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.</p> <p>Умеет вести деловую переписку.</p> <p>Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Требования к выпускной квалификационной работе | 12 | | 4 | | 8 |
| 2. | Индивидуальный план выполнения выпускной квалификационной работы | 12 | | 4 | | 8 |
| 3. | Структура выпускной квалификационной работы | 16 | | 6 | | 10 |
| 4. | Компоненты научно-исследовательского аппарата | 12 | | 4 | | 8 |
| 5. | Библиографический поиск | 7 | | 2 | | 5 |
| 6. | Требования к оформлению выпускной квалификационной работе | 12 | | 4 | | 8 |
| 7. | Правила оформления списка использованной литературы в выпускной квалификационной работе | 12 | | 4 | | 8 |
| 8. | Оформление презентации в выпускной квалификационной работе | 8 | | 2 | | 6 |
| 9. | Итоговый научно-исследовательский семинар | 12,8 | | 4 | | 8,8 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 103,8 | | 34 | | 69,8 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 8 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Требования к выпускной квалификационной работе | 11 | | 1 | | 10 |
| 5. | Индивидуальный план выполнения выпускной квалификационной работы | 10 | | | | 10 |
| 6. | Структура выпускной квалификационной работы | 11 | | 1 | | 10 |
| 4. | Компоненты научно-исследовательского аппарата | 10 | | | | 10 |
| 5. | Библиографический поиск | 11 | | 1 | | 10 |
| 6. | Требования к оформлению выпускной квалификационной работе | 11 | | 1 | | 10 |
| 7. | Правила оформления списка использованной литературы в выпускной квалификационной работе | 10 | | | | 10 |
| 8. | Оформление презентации в выпускной квалификационной работе | 11 | | 1 | | 10 |
| 9. | Итоговый научно-исследовательский семинар | 9 | | 1 | | 8 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 104 | | 6 | | 98 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 3,8 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.15 ИСКУССТВО БИЗНЕС-ПРЕЗЕНТАЦИИ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

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» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Искусство бизнес-презентации» базируется на изучении таких предметов, как «Спичрайтинг», «Психология массовых коммуникаций», «Русский язык и основы деловой коммуникации», «Введение в направление подготовки».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| | Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| | Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|---|
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Сущность презентации. Роль презентации в современном обществе. | 13,8 | 2 | | 2 | 9,8 |
| 2 | Планирование презентации. Цель презентации. Виды презентации. | 21 | 2 | | 4 | 15 |
| 3 | Методики и технологии описания бизнес-проектов. | 23 | 4 | | 4 | 15 |
| 4 | Структура презентации. Подготовка вступления, основной части и заключения | 23 | 4 | | 4 | 15 |

| | | | | | | |
|---|---|--------------|-----------|--|-----------|-------------|
| 5 | Совершенствование основных видов речевой деятельности. Общение и коммуникация. <i>Итоговое занятие</i> | 23 | 4 | | 4 | 15 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>103,8</i> | <i>16</i> | | <i>18</i> | <i>69,8</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 4 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---|---|------------------|-------------------|----|----------|----------------------|
| | | Всего | аудиторная работа | | | внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1 | Сущность презентации. Роль презентации в современном обществе. | 20 | 2 | | | 18 |
| 2 | Планирование презентации. Цель презентации. Виды презентации. | 20 | 2 | | | 18 |
| 3 | Методики и технологии описания бизнес-проектов. | 20 | | | | 20 |
| 4 | Структура презентации. Подготовка вступления, основной части и заключения | 22 | | | 2 | 20 |
| 5 | Совершенствование основных видов речевой деятельности. Общение и коммуникация. <i>Итоговое занятие</i> | 22 | | | 2 | 20 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>104</i> | <i>4</i> | | <i>4</i> | <i>96</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Д.Б. Бережнова, доцент, канд. педагог. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.01.01 ИМИДЖМЕЙКИНГ В ПОЛИТИКЕ И БИЗНЕСЕ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины

Основной целью преподавания курса «Имиджмейкинг в бизнесе и политике» является формирование у студентов теоретических знаний об имиджологии, 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 имиджологии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявляется роль имиджологии в современном обществе;
- рассматриваются основные концепции имиджологии, содержащие базовые понятия;
- изучается структура имиджа, его составляющие;
- изучаются современные типологии имиджа;
- Рассматриваются функции и значения имиджа;
- изучается инструментарий имиджологии и методики его использования;
- раскрываются имиджевые стратегии;
- рассматриваются контексты имиджологии;
- описываются теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- формируются навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджологии;
- формируются навыки создания и управления политическим и корпоративным имиджем.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Имиджмейкинг в политике и бизнесе» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Имиджмейкинг в политике и бизнесе» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «История рекламы и связей с общественностью», «Введение в направление подготовки», «Теория и практика массовой информации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|---|
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. | Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества. |
| ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний. | Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |
| ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |
| ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |
| УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | |
| ИУК-8.1. Идентифицирует возможные угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. | Знает угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций Умеет идентифицировать возможные угрозы (опасности) для человека Владеет способностью идентифицировать возможные угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|-----------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | | | | | |
| 1. | Введение в имиджелогию | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |

| | | | | | | |
|-----|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 2. | Основы имиджологии | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3. | Инструментарий имиджологии | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4. | Методики использования инструментария имиджологии | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5. | Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 6. | Манипуляции с имиджем. | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 7. | Персональная имиджология: теоретические аспекты самопрезентации | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 8. | Технологии персональной имиджологии | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 9. | Политическая имиджология | 8 | | 4 | | 4 |
| 10. | Корпоративная имиджология | 8 | | 4 | | 4 |
| 11. | Профессия имиджмейкера <i>Итоговое занятие</i> | 8 | | 4 | | 4 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>104</i> | <i>16</i> | <i>36</i> | <i>16</i> | <i>36</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|-----------|----------|-----------------------------|
| | | Всего | аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | | | | | |
| 1. | Введение в имиджологию | 4 | 2 | | | 2 |
| 2. | Основы имиджологии | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 3. | Инструментарий имиджологии | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 4. | Методики использования инструментария имиджологии | 6 | | 2 | | 4 |
| 5. | Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании | 6 | | 2 | | 4 |
| 6. | Манипуляции с имиджем. | 4 | | | | 4 |
| 7. | Персональная имиджология: теоретические аспекты самопрезентации | 15 | 2 | | | 13 |
| 8. | Технологии персональной имиджологии | 20 | | | | 20 |
| 9. | Политическая имиджология | 20 | | | | 20 |
| 10. | Корпоративная имиджология | 22 | | 2 | | 20 |
| 11. | Профессия имиджмейкера <i>Итоговое занятие</i> | 22 | | | 2 | 20 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>135</i> | <i>8</i> | <i>10</i> | <i>2</i> | <i>115</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Г.Н. Немец, доцент, канд. филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.01.02 ОСНОВЫ ИМИДЖЕЛОГИИ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины

Основной целью преподавания курса «Основы имиджологии» является формирование у студентов теоретических знаний об имиджологии, 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 имиджологии как самостоятельной научно-прикладной дисциплины;
- выявляется роль имиджологии в современном обществе;
- рассматриваются основные концепции имиджологии, содержащие базовые понятия;
- изучается структура имиджа, его составляющие;
- изучаются современные типологии имиджа;
- Рассматриваются функции и значения имиджа;
- изучается инструментарий имиджологии и методики его использования;
- раскрываются имиджевые стратегии;
- рассматриваются контексты имиджологии;
- описываются теоретические аспекты самопрезентации и принципы имиджирования;
- формируются навыки использования технологий имиджирования в области персональной имиджологии;
- формируются навыки создания и управления политическим и корпоративным имиджем.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы имиджологии» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Основы имиджологии» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «История рекламы и связей с общественностью», «Введение в направление подготовки», «Теория и практика массовой информации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|---|
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. | Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества. |
| ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний. | Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |
| ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |
| ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |
| УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | |
| ИУК-8.1. Идентифицирует возможные угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. | Знает угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций Умеет идентифицировать возможные угрозы (опасности) для человека Владеет способностью идентифицировать возможные угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|-----------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | | | | | |
| 1. | Введение в имиджелогию | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |

| | | | | | | |
|-----|---|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 2. | Основы имиджологии | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3. | Инструментарий имиджологии | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4. | Методики использования инструментария имиджологии | 8 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 5. | Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 6. | Манипуляции с имиджем. | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 7. | Персональная имиджология: теоретические аспекты самопрезентации | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 8. | Технологии персональной имиджологии | 12 | 2 | 4 | 2 | 4 |
| 9. | Политическая имиджология | 8 | | 4 | | 4 |
| 10. | Корпоративная имиджология | 8 | | 4 | | 4 |
| 11. | Профессия имиджмейкера <i>Итоговое занятие</i> | 8 | | 4 | | 4 |
| | <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | <i>104</i> | <i>16</i> | <i>36</i> | <i>16</i> | <i>36</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Всего | Количество часов | | | |
|-----|---|------------|-------------------|-----------|----------|----------------------|
| | | | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | | | | | |
| 1. | Введение в имиджологию | 4 | 2 | | | 2 |
| 2. | Основы имиджологии | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 3. | Инструментарий имиджологии | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 4. | Методики использования инструментария имиджологии | 6 | | 2 | | 4 |
| 5. | Имиджевые стратегии; составление и анализ имиджевой кампании | 6 | | 2 | | 4 |
| 6. | Манипуляции с имиджем. | 4 | | | | 4 |
| 7. | Персональная имиджология: теоретические аспекты самопрезентации | 15 | 2 | | | 13 |
| 8. | Технологии персональной имиджологии | 20 | | | | 20 |
| 9. | Политическая имиджология | 20 | | | | 20 |
| 10. | Корпоративная имиджология | 22 | | 2 | | 20 |
| 11. | Профессия имиджмейкера <i>Итоговое занятие</i> | 22 | | | 2 | 20 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>135</i> | <i>8</i> | <i>10</i> | <i>2</i> | <i>115</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Г.Н. Немец, доцент, канд. филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.02.01 АДМИНИСТРАТИВНО-ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ
МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

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 «Административно-правовое регулирование сферы медиакоммуникаций» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Административно-правовое регулирование сферы медиакоммуникаций» базируется на изучении таких предметов, как «Управление информацией в современном медиапространстве», «Этика профессиональной деятельности», «Теория и практика массовой информации», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | |
| ИУК-2.1. Принимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов. | Знает правовые нормы и акты. Умеет выявлять сущность правовых норм. Владеет навыками определения цели и задачи нормативных правовых актов. |
| ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач. | Знает правовую информацию для решения профессиональных задач. Умеет осуществлять поиск необходимой правовой информации. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| | Владеет способами поиска правовой информации для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.3. Использует принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Знает принципы проектной методологии. Умеет использовать принципы проектной методологии. Владеет навыками использования проектной методологии для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. | Знает способы решения задач. Умеет выбирать оптимальный способ решения задач, на основе проектного инструментария. Владеет оптимальными способами решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|---|
| | коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|----------------------|----|----|-------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Правовое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 2. | Направления регулирования рекламной деятельности | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 3. | Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 4. | Правовое регулирование различных способов распространения рекламы | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 5. | Современное состояние регулятивных процессов | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 6. | Особенности рекламы отдельных видов товаров. Недобросовестная реклама | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 7. | Общие принципы создания и функционирования саморегулирования в рекламе. Итоговое занятие | 15 | 2 | 2 | - | 7 |
| 8. | <i>Итого по дисциплине</i> | 77 | 14 | 14 | - | 49 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 26,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. | Правовое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему | 14 | 1 | - | - | 13 |
| 10. | Направления регулирования рекламной деятельности | 13 | - | | - | 13 |
| 11. | Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России | 14 | 1 | - | - | 13 |
| 12. | Правовое регулирование различных способов распространения рекламы | 13 | - | | - | 13 |
| 13. | Современное состояние регулятивных процессов | 14 | 1 | - | - | 13 |
| 14. | Особенности рекламы отдельных видов товаров. Недобросовестная реклама | 14 | - | 1 | - | 13 |
| 15. | Общие принципы создания и функционирования саморегулирования в рекламе. Итоговое занятие | 17 | 1 | 1 | - | 15 |
| 16. | <i>Итого по дисциплине</i> | 99 | 4 | 2 | - | 93 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.02.02 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

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 информационной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Правовое регулирование информационной деятельности» базируется на изучении таких предметов, как «Управление информацией в современном медиапространстве», «Этика профессиональной деятельности», «Теория и практика массовой информации», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | |
| ИУК-2.1. Принимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов. | Знает правовые нормы и акты. Умеет выявлять сущность правовых норм. Владеет навыками определения цели и задачи нормативных правовых актов. |
| ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач. | Знает правовую информацию для решения профессиональных задач. Умеет осуществлять поиск необходимой правовой информации. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| | Владеет способами поиска правовой информации для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.3. Использует принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Знает принципы проектной методологии. Умеет использовать принципы проектной методологии. Владеет навыками использования проектной методологии для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. | Знает способы решения задач. Умеет выбирать оптимальный способ решения задач, на основе проектного инструментария. Владеет оптимальными способами решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|---|
| | коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|----------------------|----|----|-------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Правовое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 2. | Направления регулирования рекламной деятельности | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 3. | Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 4. | Правовое регулирование различных способов распространения рекламы | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 5. | Современное состояние регулятивных процессов | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 6. | Особенности рекламы отдельных видов товаров. Недобросовестная реклама | 11 | 2 | 2 | - | 7 |
| 7. | Общие принципы создания и функционирования саморегулирования в рекламе. Итоговое занятие | 15 | 2 | 2 | - | 7 |
| 8. | <i>Итого по дисциплине</i> | 77 | 14 | 14 | - | 49 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 26,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 9. | Правовое регулирование рекламной деятельности: введение в проблему | 13 | 1 | - | - | 12 |
| 10. | Направления регулирования рекламной деятельности | 14 | - | 1 | - | 13 |
| 11. | Проблемы функционирования рекламного законодательства в современной России | 14 | 1 | - | - | 13 |
| 12. | Правовое регулирование различных способов распространения рекламы | 14 | - | 1 | - | 13 |
| 13. | Современное состояние регулятивных процессов | 14 | 1 | - | - | 13 |
| 14. | Особенности рекламы отдельных видов товаров. Недобросовестная реклама | 14 | - | | - | 14 |
| 15. | Общие принципы создания и функционирования саморегулирования в рекламе. Итоговое занятие | 16 | 1 | | - | 14 |
| | <i>Итого по дисциплине</i> | 99 | 4 | 2 | - | 93 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.03.01 ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины формирование у студентов способности к обобщению, анализу, критическому восприятию опубликованной информации.

Задачи дисциплины

- способствовать выработке умения применять на практике норм информационного права и профессиональной этики журналиста;
- дать понимание закономерностей функционирования текстов в публичном пространстве, их воздействия на восприятие различных сегментов аудитории;
- обозначить наиболее конфликтные области общественных отношений, на которые воздействуют СМК.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экспертные оценки в профессиональной деятельности» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Экспертные оценки в профессиональной деятельности» базируется на изучении таких предметов, как «Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации», «Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ», «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве», «Маркетинг в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты | Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности |

| | |
|---|---|
| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
| собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. | Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|-----------|----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная Работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Способы регулирования информационных споров в журналистике. Шесть теорий прессы. | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 2. | Гуманитарная экспертиза в современном мире. Информационные споры как объект экспертной деятельности. Российский опыт | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 3. | Особенности работы эксперта. Критерии его объективности. Экспертные сообщества. Этические правила ЭД | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 4. | Лингвистическая экспертиза. Язык и его выразительные свойства как предмет экспертного мнения автора | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 5. | Соблюдение журналистом принципов профессиональной этики как предмет экспертного мнения (на примере экспертного мнения автора) | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 6. | Соблюдение объективности как предмет экспертизы (на примере экспертного мнения автора) | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 7. | Соблюдение принципа недопустимости вмешательства в частную жизнь как предмет экспертизы (на примере экспертного мнения автора) | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 8. | Блогеры как участники информационных споров (на примере экспертного мнения автора) | 13,8 | 4 | 5 | | 4,8 |
| | <i>Итого по разделам дисциплины</i> | <i>103,8</i> | <i>32</i> | <i>36</i> | <i>-</i> | <i>35,8</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины. Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|----------|----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная Работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Способы регулирования информационных споров в журналистике. Шесть теорий прессы. | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 2. | Гуманитарная экспертиза в современном мире. Информационные споры как объект экспертной деятельности. Российский опыт | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 3. | Особенности работы эксперта. Критерии его объективности. Экспертные сообщества. Этические правила ЭД | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 4. | Лингвистическая экспертиза. Язык и его выразительные свойства как предмет экспертного мнения автора | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 5. | Соблюдение журналистом принципов профессиональной этики как предмет экспертного мнения (на примере экспертного мнения автора) | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 6. | Соблюдение объективности как предмет экспертизы (на примере экспертного мнения автора) | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 7. | Соблюдение принципа недопустимости вмешательства в частную жизнь как предмет экспертизы (на примере экспертного мнения автора) | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 8. | Блогеры как участники информационных споров (на примере экспертного мнения автора) | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| | Итого по разделам дисциплины | 104 | 6 | 6 | - | 92 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Л.А. Недыхалов, доцент, канд. экон. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.В.ДВ.03.02 РЕЙТИНГИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов), для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является приобретение студентами теоретических и практических знаний, умений и навыков в области формирования рейтингов для ориентации во всем многообразии оценивания результатов рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины

- сформировать систему знаний о методологии и методике научного исследования в рейтингах областей рекламы и связей с общественностью;
- изучение специфики методик информирования заинтересованного потребителя;
- обретение навыков, обеспечивающих потребительский интерес.
- способствовать развитию сознания, креативности и личностному росту студентов.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рейтинги в рекламе и связях с общественностью» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Рейтинги в рекламе и связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Разработка и планирование маркетинговой стратегии организации», «Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ», «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве», «Маркетинг в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, | Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности |

| | |
|---|---|
| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
| ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. | Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № разд ела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|------------------|---|------------------|----------------------|-----------|----------|--------------------------|
| | | Всего | Аудиторная Работа | | | Внеаудиторна я работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Современная система рейтинговых агентств в мире и России. Понятие, назначение, методы определения рейтинга. Представление о рейтингах: международные и национальные рейтинговые агентства | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 2. | Способы расчета рейтингов. Методики измерений. Основа рейтингов и рэнкингов. Наиболее известные рейтинги в мировой практике. | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 3. | Медиа статистики, описывающие аудиторию различных медиа событий | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 4. | Внутренние рейтинги рекламных агентств и агентств по связям с общественностью | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 5. | Особенности рейтингования различных типов рекламных агентств и агентств по связям с общественностью | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 6. | Анализ рейтингов различных рейтинговых агентств и использование рейтингов для регулирования взаимоотношений между субъектами | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 7. | Влияние рейтингового фактора на рекламные процессы и системы связей с общественностью | 14 | 4 | 5 | | 5 |
| 8. | Рейтинг как инструмент рекламы и ПР. Классификация объектов рейтингования. Особенности опросов для формирования рейтингов и их использование | 13,8 | 4 | 5 | | 4,8 |
| | <i>Итого по разделам дисциплины</i> | <i>103,8</i> | <i>32</i> | <i>36</i> | <i>-</i> | <i>35,8</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----------|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная Работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Современная система рейтинговых агентств в мире и России. Понятие, назначение, методы определения рейтинга. Представление о рейтингах: международные и национальные рейтинговые агентства | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 2. | Способы расчета рейтингов. Методики измерений. Основа рейтингов и рэнкингов. Наиболее известные рейтинги в мировой практике. | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 3. | Медиа статистики, описывающие аудиторию различных медиа событий | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 4. | Внутренние рейтинги рекламных агентств и агентств по связям с общественностью | 12 | 0,5 | 0,5 | | 11 |
| 5. | Особенности рейтингования различных типов рекламных агентств и агентств по связям с общественностью | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 6. | Анализ рейтингов различных рейтинговых агентств и использование рейтингов для регулирования взаимоотношений между субъектами | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 7. | Влияние рейтингового фактора на рекламные процессы и системы связей с общественностью | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 8. | Рейтинг как инструмент рекламы и ПР. Классификация объектов рейтингования. Особенности опросов для формирования рейтингов и их использование | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| <i>Итого по разделам дисциплины</i> | | <i>104</i> | <i>6</i> | <i>6</i> | | <i>92</i> |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 3,8 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Л.А. Недыхалов, доцент, канд. экон. наук

Аннотация к рабочей программы дисциплины

« Б.1.В.ДВ.04 _Элективные дисциплины по физической культуре и спорту_» (код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: __328 часов__

Цель 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, профилактики профессиональных заболеваний;
- 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 в структуре образовательной программы

Дисциплина «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту__» относится к *вариативной части* / части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана и является обязательной.

В соответствии с учебным планом предшествующей данной дисциплине является «Физическая культура и спорт».

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет</i> <i>(навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| УК- 7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. | |
| ИУК-7.2.Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры. | Знает: научно-практические основы оздоровительных систем физического воспитания и их влияние на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний. |
| | Умеет: целенаправленно использовать доступные виды спорта, рекреационные формы физического воспитания для поддержания должного уровня физической подготовленности, профилактики профессиональных заболеваний. |

| | |
|--|---|
| | <p><u>Владеет:</u> Навыками организации и методикой проведения самостоятельных занятий физическими упражнениями различной целевой направленности.</p> <p><u>Владеет:</u> Основными методами и приемами двигательной-коррекционной и оздоровительной направленности, умеет их самостоятельно использовать в режиме труда и отдыха для профилактики профессиональных заболеваний.</p> |
|--|---|

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

| Виды работ | Всего часов | Форма обучения | | | |
|---|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| | | очная | | | |
| | | 1 семестр (часы) | 2 Семестр (часы) | 3 семестр (часы) | 4 семестр (часы) |
| Контактная работа, в том числе: | | | | | |
| Аудиторные занятия (всего): | 124 | 34 | 28 | 34 | 28 |
| занятия лекционного типа | - | - | - | - | - |
| практические занятия | 124 | 34 | 28 | 34 | 28 |
| семинарские занятия | - | - | - | - | - |
| Иная контактная работа: | | | | | |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | - | - | - | - | - |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | - | - | - | - | - |
| Самостоятельная работа, в том числе: | 204 | 48 | 54 | 48 | 54 |
| Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка) | - | - | - | - | - |
| Контрольная работа | - | - | - | - | - |
| Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка) | - | - | - | - | - |
| Реферат/эссе (подготовка) | - | - | - | - | - |
| Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.) | | - | - | - | - |
| Подготовка к текущему контролю | - | - | - | - | - |
| Контроль: | - | - | - | - | - |
| Подготовка к экзамену | - | - | - | - | - |
| Общая трудоемкость | час. | 328 | 82 | 82 | 82 |
| | в том числе контактная работа | 124 | 34 | 28 | 34 |
| | зач. ед | - | - | - | - |

Курсовые работы: (*предусмотрены / не предусмотрены*)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (*зачет/экзамен*)

Авторы: доцент кафедры физвоспитания Алферова И.А., ст. преподаватель Харьковская Е.В.

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.01 ВВЕДЕНИЕ В НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 2 зачетных единицы (72 часов), для ЗФО 2 зачетных единицы (72 часов)

Цель освоения дисциплины – формирование среди студентов первоначальных представлений о PR-деятельности и рекламе как объектах изучения и начальная подготовка обучающихся к практической деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины – состоят в знакомстве с категориальным аппаратом и основными дефинициями рекламы, изучении определения и теоретических основ PR, общественного мнения, этики, исследований и права. Также проводится обзорный анализ компетенций PR-специалиста, в том числе, техник коммуникации, кризисного управления и интегрированных маркетинговых коммуникаций, анализ навыков и приемов, необходимых для PR-специалиста и рекламиста. Важной задачей также является знакомство с историей рекламной деятельности, знакомство с законодательными основами рекламной и PR-деятельности.

Решение вышеперечисленных задач будет способствовать формированию коммуникативной компетентности будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Введение в направление подготовки» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | |
| ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. | Знает необходимую информацию по решению поставленных задач. Умеет проводить критический анализ необходимой информации. Владеет навыками синтеза необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. |
| ИУК-1.2. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор. | Знает варианты решения задачи. Умеет выбирать оптимальный вариант решения задачи. Владеет навыками аргументации по выбору оптимального решения задачи. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре 1 курса (очная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|-----------|----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Основы деятельности специалиста по связям с общественностью | 9 | 2 | 2 | – | 5 |
| 2. | Реклама как маркетинговая коммуникация | 9 | 2 | 2 | – | 5 |
| 3. | Коммуникационные практики и каналы коммуникации | 9 | 2 | 2 | – | 5 |
| 4. | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций | 9 | 2 | 2 | – | 5 |
| 5. | Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок | 9 | 2 | 2 | – | 5 |
| 6. | Основные этапы генезиса рекламы | 9 | 2 | 2 | – | 5 |
| 7. | Генезис связей с общественностью | 7 | 2 | 2 | – | 3 |
| 8. | Коммуникативные тенденции новейшего времени | 8,8 | 2 | 4 | – | 2,8 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>59,8</i> | <i>16</i> | <i>18</i> | <i>–</i> | <i>35,8</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 36,2 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
 Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре 1 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Основы деятельности специалиста по связям с общественностью | 9 | 1 | | – | 8 |
| 2. | Реклама как маркетинговая коммуникация | 9 | | 1 | – | 8 |
| 3. | Коммуникационные практики и каналы коммуникации | 9 | 1 | | – | 8 |
| 4. | Стратегия и тактика интегрированных коммуникаций | 9 | | 1 | – | 8 |
| 5. | Рекламное сообщение, рекламная деятельность, рекламный рынок | 9 | 1 | | – | 8 |
| 6. | Основные этапы генезиса рекламы | 9 | | 1 | – | 8 |
| 7. | Генезис связей с общественностью | 9 | 1 | | – | 8 |
| 8. | Коммуникативные тенденции новейшего времени | 5 | | 1 | – | 4 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 68 | 4 | 4 | – | 60 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор А.А. Бельтюков, доцент, канд. филол. наук

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Правоведение» Б1.О.02

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц

Цель дисциплины: Формирование у бакалавров представлений о роли государства и права в жизни общества, прочное усвоение фундаментальных основ современной правовой науки, овладение базовыми теоретическими знаниями и практическими навыками в области правового регулирования будущей профессиональной деятельности.

В качестве дополнительной цели изучения данной дисциплины можно назвать привитие студентам уважения к закону, понимания недопустимости его нарушения.

1. **Задачи дисциплины:** Донесение до студентов общеправового понятийного аппарата;
2. Формирование у учащихся представления о месте и роли отдельных отраслей права в системе российского права;
3. Выработка способностей к теоретическому анализу правовых ситуаций;
4. Развитие навыков ориентации в системе нормативных правовых актов, самостоятельной работы с учебными пособиями, научной литературой и материалами судебной практики;
5. Формирование способности к юридически грамотным действиям в условиях функционирования рыночных отношений;
6. Формирование способности использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности.
7. Знать необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения.
8. Уметь определять круг задач в рамках поставленной цели.
9. Уметь применять наиболее оптимальные способы решения поставленных задач.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Правоведение» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины " учебного плана.

Курс дисциплины «Правоведение» занимает важное место в процессе воспитания правового сознания и правовой культуры обучающихся, позволяет приблизить теорию права к практике.

До изучения данной дисциплины обучающиеся должны иметь представления о государственно-правовых явлениях и процессах из курса обществоведение, обществознание.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора* | Результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| УК-2 | способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений |
| ИУК-2.1.Понимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов | Знает: необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и |

| Код и наименование индикатора* | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач | ограничения. |
| | Умеет: определять круг задач в рамках поставленной цели. |
| | Владеет: оптимальными способами решения поставленных задач. |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Очная форма обучения

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Тема 1. Понятие, принципы и сущность права. | | 2 | 2 | - | 3 |
| 2. | Тема 2. Формы (источники) права. | | 2 | 2 | - | 3 |
| 3. | Тема 3. Правосознание и правовая культура. | | 2 | 2 | - | 3,8 |
| 4. | Тема 4. Правомерное поведение, правонарушение и юридическая ответственность. | | 2 | 2 | - | 4 |
| 5. | Тема 5. Основы конституционного права РФ. | | 2 | 2 | - | 4 |
| 6. | Тема 6. Основы гражданского права РФ. | | 2 | 2 | - | 4 |
| 7. | Тема 7. Основы семейного права РФ. | | 2 | 2 | - | 4 |
| 8. | Тема 8. Основы трудового права РФ | | 2 | 2 | - | 4 |
| 9. | Тема 9. Основы административного и уголовного права | | | 2 | - | 4 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 16 | 18 | | 33,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | 16 | 18 | | 33,8 |

Зачная форма обучения

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|----|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 10. | Тема 1. Понятие, принципы и сущность права. | | 2 | 2 | - | 30 |
| 11. | Тема 2. Формы (источники) права. | | 2 | 2 | - | 30 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 4 | 4 | | 60 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 3,8 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 4 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор К.ю.н., доцент, доцент кафедры теории и истории государства и права
Морозова

О.Г.

АННОТАЦИЯ

дисциплины Б1.О.03 Основы проектной деятельности (по отраслям)

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы (72 час.), из них – 36,2 час. контактной работы: лекционных 16 час., практических 18 час., ИКР 0,2 час., 35,8 час. самостоятельной работы.

Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся устойчивый набор знаний, умений и навыков в области проектной деятельности и управления проектами.

Задачи изучения дисциплины

- исследовать природу и особенности проектного подхода к управлению;
- приобретение систематических знаний о принципах управления проектами, процессах управления проектами, входных ресурсах и результатах каждого процесса;
- сформировать навыки целеполагания и постановки задач на каждом этапе реализации проекта;
- изучить методы оценки эффективности проекта.

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы проектной деятельности (по отраслям)» относится к базовому блоку дисциплин учебного плана, осваивается на 2-м курсе, 3-м семестре. Опирается на полученные знания в рамках таких дисциплин как Организационное поведение, Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных и пр.

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

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональной и профессиональных компетенций:

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны | | |
|--------|--------------------|--|---|---|---|
| | | | знать | уметь | владеть |
| 1. | УК-2 | Способен определить круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | Процессы управления проектами, входные ресурсы и результаты процесса; основные проблемы, препятствующие успешному управлению проектами и пути их разрешения | Ставить цели и задачи на каждом этапе реализации проекта; выстраивать эффективную систему коммуникаций в рамках управления проектом | навыками бюджетирования и планирования проекта; навыками планирования изменений проекта |

Структура и содержание дисциплины

Распределение трудоёмкости дисциплины по видам работ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 72 часа, их распределение по видам работ представлено в таблице

| Вид учебной работы | Всего часов | Семестры (часы) | |
|---|--------------------------------------|-----------------|-------------|
| | | 3 | |
| Контактная работа, в том числе: | 36,2 | 36,2 | |
| Аудиторные занятия (всего) | | | |
| Занятия лекционного типа | 16 | 16 | |
| Практические занятия | 18 | 18 | |
| Иная контактная работа: | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | 0,2 | |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | 2 | |
| Самостоятельная работа в том числе: | 35,8 | 35,8 | |
| Курсовая работа | | | |
| Проработка учебного (теоретического) материала | 10,8 | 10,8 | |
| Выполнение индивидуальных заданий (подготовка рефератов, презентаций, подготовка к решению кейсов). | 15 | 15 | |
| Подготовка к текущему контролю | 10 | 10 | |
| Контроль: зачет | | | |
| Общая трудоемкость | час. | 72 | 72 |
| | в том числе контактная работа | 36,2 | 36,2 |
| | зач. ед | 2 | 2 |

Структура дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Основные разделы дисциплины:

Примечание: Л – лекции, ПЗ – практические занятия / семинары, ЛР – лабораторные

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Управление проектами: основные понятия, концепция и методология | 10 | 2 | 2 | - | 6 |
| 2. | Окружение и команда проекта | 14 | 4 | 4 | - | 6 |
| 3. | Планирование и принятие решений в проекте | 14 | 4 | 4 | - | 6 |
| 4. | Составление сметы и бюджета проекта, эффективность проекта | 12 | 2 | 4 | - | 6 |
| 5. | Управление коммуникациями проекта | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 6. | Гибкие методики управления проектами | 10,8 | 2 | 2 | - | 6,8 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | | 16 | 18 | - | 35,8 |

занятия, СРС – самостоятельная работа студента

Лабораторные занятия не предусмотрены

Примерная тематика курсовых работ: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Основная литература:

1. Управление проектами : учебник и практикум для академического бакалавриата / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 383 с. URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/431784>
2. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. Т. Зуб. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 422 с. URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/437368>

Автор РПД: В.О. Покуль

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Б1.О.04 «Организационное поведение»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины: Формирование и углубление у бакалавров систематических знаний в области теории и практики воздействия на поведение личности, группы, выявлению причин недостаточной результативности организации, эффективному выстраиванию межличностных, межгрупповых отношений, получение навыков работы в команде и социального взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- исследовать природу организации как системы и продемонстрировать влияние этой системы на отдельных сотрудников;
- теоретическое освоение студентами знаний в области поведения индивидуума в организации;
- приобретение систематических знаний о закономерностях поведения групп в организации;
- осознание будущими бакалаврами своей роли в процессе функционирования организации и группы;
- раскрыть методы описания поведения работников, групп, организаций;
- развитие способности к эффективному социальному взаимодействию.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.04 «Организационное поведение» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения, на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Полученные при изучении дисциплины знания используются при написании выпускной квалификационной работы и в последующей практической деятельности.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>) |
|---|--|
| УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | |
| ИУК-3.1 Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации | Знает принципы и методы организации деловых коммуникаций; |
| | Знает причины возникновения и методы управления конфликтами и стрессами в организации; |
| | Умеет организовать эффективный коммуникационный процесс; Умеет управлять конфликтами в организации; |
| ИУК-3.2 Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует | Владеет навыками управления коммуникационным процессом; |
| | Владеет современными технологиями оценки эффективности межличностных коммуникаций |
| | Знает принципы построения взаимоотношений в команде; |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>) |
|---|---|
| командную работу | Знает базовые особенности работы в команде и подходы к управлению командной работой. |
| | Умеет ориентироваться в тактиках управления впечатлением и выбирать необходимые методы восприятия сотрудников; Умеет строить модели эффективного функционирования рабочих групп и команд в организации исходя из реальных условий ее существования |
| | Владеет навыками управления поведением в группе, формирования групп и групповой сплоченности; Владеет навыками командообразования. |

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 1 семестре (*очная форма обучения*)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|-----------|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Основы организационного поведения. Организация, ее свойства и характеристики | | 2 | 2 | | 6 |
| 2. | Коллектив как социальная организация и человеческая общность | | 4 | 4 | | 6 |
| 3. | Индивидуальное поведение в организации | | 4 | 4 | | 6 |
| 4. | Групповое поведение в организации | | 2 | 4 | | 6 |
| 5. | Лидерство в организации | | 2 | 2 | | 5 |
| 6. | Коммуникационное поведение в организации | | 2 | 2 | | 6,8 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 69,8 | 18 | 16 | | 35,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

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

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 1 курсе (*заочная форма обучения*)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----------|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Основы организационного поведения. Организация, ее свойства и характеристики | | 0,5 | 0,5 | | 8 |
| 2. | Коллектив как социальная организация и человеческая общность | | 1 | 1 | | 10 |
| 3. | Индивидуальное поведение в организации | | 0,5 | 0,5 | | 12 |
| 4. | Групповое поведение в организации | | 0,5 | 0,5 | | 12 |
| 5. | Лидерство в организации | | 1 | 1 | | 8 |
| 6. | Коммуникационное поведение в организации | | 0,5 | 0,5 | | 10 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 68 | 4 | 4 | | 60 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |

| | | | | | | |
|--|---|-----------|--|--|--|--|
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |
|--|---|-----------|--|--|--|--|

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

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор:

Кочиева А.К., к.э.н., доцент кафедры мировой экономики и менеджмента

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.О.05 «Иностранный язык»
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью ОФО

Объем трудоемкости: 10 зачетных единиц (360 часов)

Цель дисциплины: формирование и развитие способности осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

Задачи дисциплины:

- формирование и развитие умений и способностей использовать нормы устной и письменной английской литературной речи, лексический и грамматический минимум английского языка, необходимый для коммуникации общего и профессионального характера;
- формирование и развитие языковых навыков и умений ведения диалога-беседы общего и профессионального характера при соблюдении правил речевого этикета;
- формирование и развитие навыков диалогической и монологической речи с использованием изученных лексико-грамматических средств в коммуникативных ситуациях неофициального и официального общения, в том числе на профессионально ориентированные темы, навыков делового письма.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.05 «Иностранный язык» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Для успешного освоения дисциплины должна быть сформирована иноязычная коммуникативная компетенция на основном (A2 – B1) уровне, что соответствует требованиям обязательного уровня владения иностранным языком. Успешное освоение дисциплины позволяет перейти к изучению дисциплины «Иностранный язык в профессиональной деятельности» в магистратуре.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| УК-4: способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| | Умеет применять нормы и требования, принятые в стране(ах) изучаемого языка, при реализации устной и письменной деловой коммуникации |
| | Владеет способностью к порождению устной и письменной деловой коммуникации с учетом соблюдения норм и требований, принятых в стране(ах) изучаемого языка. |
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в | Знает языковые средства (грамматические, лексические) необходимые для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на |

| Код и наименование индикатора достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | иностранном языке. |
| | Умеет использовать языковые средства для реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке. |
| | Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины, изучаемые в 1 семестре

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|-----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Education. Journalism Faculty | 14 | | | 8 | 6 |
| 2. | Food: fuel or pleasure | 14 | | | 8 | 6 |
| 3. | If you really want to win, cheat! Mass Media | 14 | | | 8 | 6 |
| 4. | We are family. Newspapers. | 14 | | | 8 | 6 |
| 5. | Обзор / обобщение пройденного материала. | 11,8 | | | 2 | 9,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | <i>67,8</i> | | | <i>34</i> | <i>33,8</i> |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Контроль | 4 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Разделы дисциплины, изучаемые во 2 семестре

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|-----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Ka-Ching. Newspapers in the UK. | 14 | | | 8 | 6 |
| 2. | Changing your life. Newspapers in the USA. | 14 | | | 8 | 6 |
| 3. | Race to the sun. Magazines. | 14 | | | 6 | 8 |
| 4. | Modern Manners. Television. | 14 | | | 6 | 8 |
| 5. | Обзор / обобщение пройденного материала. | 9,8 | | | | 9,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | <i>65,8</i> | | | <i>28</i> | <i>37,8</i> |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Контроль | 6 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Разделы 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. | Judging by appearances. | 22 | | | 8 | 14 |
| 2. | If at first you don't succeed. | 22 | | | 8 | 14 |
| 3. | Advertising | 24 | | | 8 | 16 |
| 4. | Back to school. Internet | 24 | | | 8 | 16 |
| 5. | Обзор / обобщение пройденного материала. | 9,8 | | | 2 | 7,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 101,8 | | | 34 | 67,8 |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Контроль | 6 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Разделы 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. | In an ideal world. | 22 | | | 8 | 14 |
| 2. | Radio. | 22 | | | 8 | 14 |
| 3. | Обзор / обобщение пройденного материала. | 14 | | | 6 | 8 |
| 4. | Подготовка к экзамену | 14 | | | 6 | 8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 72 | | | 28 | 44 |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Контроль | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, зачет, зачет, экзамен

Автор Жук Е.Е., Кайзер Б.А.

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.06.01 РУССКИЙ ЯЗЫК И ОСНОВЫ ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 2 зачетных единицы (72 часов), для ЗФО 2 зачетных единицы (72 часов)

Цель освоения дисциплины

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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Русский язык и основы деловой коммуникации» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 1 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Русский язык и основы деловой коммуникации» базируется на изучении таких предметов, как «Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью», «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Современная языковая ситуация. | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 2. | Нормы орфографии и пунктуации | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 3. | Синтаксические нормы | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 4. | Словообразование и речевая культура | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 5. | Стилистические нормы | 12 | 2 | 4 | | 6 |
| 6. | Культурная грамотность. Речевой этикет. | 17,8 | 4 | 4 | | 9.8 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 67,8 | 14 | 14 | | 39.8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре 1 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 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 | 12 | | 2 | | 10 |
| 5. | Стилистические нормы | 12 | 2 | | | 10 |
| 6. | Культурная грамотность. Речевой этикет. | 7 | | 2 | | 10 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 68 | 4 | 4 | | 60 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Л.И. Демина, профессор, д-р филол. наук, профессор

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.06.02 ПРАКТИКУМ ПО РУССКОМУ ЯЗЫКУ И ОСНОВАМ ДЕЛОВОЙ
КОММУНИКАЦИИ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов),
для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации» базируется на изучении таких предметов, как «Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью», «Русский язык и основы деловой коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | <p>Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> |
| ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). | <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Владеет навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> |
| ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). | <p>Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).</p> <p>Знает нормы русского и иностранных языков.</p> <p>Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|-----------|-----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Нормы русского языка. Орфоэпические. Морфологические. Синтаксические | 18 | | 4 | 4 | 10 |
| 2. | Нормы орфографии. | 18 | | 4 | 4 | 10 |
| 3. | Нормы пунктуации | 18 | | 4 | 4 | 10 |
| 4. | Фразеология и выразительность речи | 17,8 | | 4 | 4 | 9,8 |
| 5. | Словообразование и речевая культура. | 28 | | 6 | 6 | 16 |
| 6. | Стилистические нормы | 28 | | 6 | 6 | 16 |
| 7. | <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | 137,8 | | 28 | 28 | 81,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 6 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----------|----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 7. | Нормы русского языка. Орфоэпические. Морфологические. Синтаксические | 24 | | 1 | 1 | 22 |
| 8. | Нормы орфографии. | 23 | | 1 | | 22 |
| 9. | Нормы пунктуации | 23 | | | 1 | 22 |
| 10. | Фразеология и выразительность речи | 23 | | 1 | | 22 |
| 11. | Словообразование и речевая культура. | 24 | | 1 | 1 | 22 |
| 12. | Стилистические нормы | 23 | | | 1 | 22 |
| 7. | <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | 140 | | 4 | 4 | 132 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы Г.Н. Немец, доцент, канд. филол. наук, доцент, М.А. Кучменко, доцент, канд. филол. наук

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Б.1.О.07. Философия»

Объем трудоемкости: 3 зачетных единицы

Цель дисциплины: формирование у студентов интеллектуальной культуры и развитие способности к последовательному рациональному мышлению.

Задачи дисциплины: дать общее представление и раскрыть сущности и значения философии, как формы духовной культуры; осмыслить место и роль философии в культурно-историческом процессе и осветить её характерные особенности; изучить важнейшие понятия и принципы философского знания; проанализировать исторические этапы развития философской мысли и раскрыть общие механизмы её развития; обучить студентов самостоятельно и творчески работать с учебной литературой, с философскими текстами, в том числе, с первоисточниками; развить самостоятельное правильное и последовательное мышление, способное решать общественные, индивидуальные и профессиональные проблемы; сформировать философскую культуру мышления и способствовать созданию собственного последовательного, целостного, непротиворечивого мировоззрения; предложить студентам методологию анализа актуальных социальных и экзистенциальных проблем и обеспечить методологией творческого поиска и объективного анализа актуальных проблем и задач той науки, которой они профессионально занимаются.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Б.1.О.07 Философия» относится к обязательной части / части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Для лучшего усвоения дисциплины необходимо прослушать курс: Истории.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора* | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| УК -5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | <p data-bbox="805 1274 1473 1429">Знает о культурном многообразии общества и существующих формах межкультурного взаимодействия, а также место философии в культурной онтологии, причины и особенности её развития, ее роль и место в мировой культуре.</p> <p data-bbox="805 1431 1473 1585">Умеет проявлять межличностную, социальную, национальную толерантность и применять на практике основные логические и риторические приёмы, выработанные в философии и приемлемые в современном научно- философском сообществе.</p> <p data-bbox="805 1588 1473 1682">Владеет навыками конструктивного взаимодействия на различных уровнях поликультурного общества; содержанием основных систем философии.</p> |

Основные разделы дисциплины

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Философия как наука. | | 4 | 2 | - | |
| 2. | Исторические типы философии | | 24 | 28 | - | |
| 3. | Философская антропология, социальная философия и гносеология. | | 4 | 6 | - | |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 108 | 32 | 36 | | 33,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 6 | | | - | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | - | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | - | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 3 зет | | | - | |

Курсовые работы: *(не предусмотрены)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(зачет)*

Автор: Петрык Я. Ю.

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
Б1.О.08 История (история России, всеобщая история)**

Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цели и задачи изучения дисциплины

Цель дисциплины

Формирование у студентов:

- научных представлений об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, этапах в истории России, ее социокультурном своеобразии, месте и роли в мировой и европейской цивилизациях;
- навыков получения, анализа и обобщения исторической информации, умения выражать и обосновывать свою позицию по вопросам, касающимся ценностного отношения к историческому прошлому;
- высоких нравственных и гражданских качеств, толерантности в восприятии культурного многообразия мира, активной жизненной позиции в личностном и социальном планах;

Задачи дисциплины

Задачи дисциплины заключаются в развитии следующих знаний, умений и навыков личности:

- развитие способности анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- формирование навыков работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- развитие способности к самоорганизации и самообразованию;
- изучение многовекового исторического опыта России, основных этапов ее развития в сообществе мировых цивилизаций, особенностей ее исторического пути;
- воспитание чувства гордости за свое Отечество, патриотизма, выработка ценностей человека в условиях развития гражданского демократического общества.

Место дисциплины в структуре образовательной программы.

Дисциплина «История Кубани» относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана бакалавриата.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| № п.п. | Индекс компетенции | Содержание компетенции (или её части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны | | |
|--------|--------------------|--|--|--|--|
| | | | знать | Уметь | владеть |
| 1. | УК - 5 | способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и | закономерности и этапы исторического процесса, основные события и процессы всемирной истории в | - ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в обществе | - навыками анализа основных этапов и закономерностей исторического развития общества |

| № п.п. | Индекс компет енции | Содержание компетенции (или её части) | В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны | | |
|-----------|---------------------------|---|--|--------------|----------------|
| | | | знать | Уметь | владеть |
| | | философском контекстах | историческом контексте | | |

Содержание дисциплины:

Разделы дисциплины (темы), изучаемые во 2 семестре (очная форма)

| № раз дел а | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----------------------|--|------------------|----------------------|----|----|---------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Введение в изучение Истории. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки. Периодизация истории. Восточные славяне. Киевская Русь в контексте европейской истории. | | 1 | | | 2 |
| 2. | Расцвет Киевской Руси. Начало феодальной раздробленности. Русь во второй половине X- первой половине XII вв. | | 2 | 1 | | |
| 3. | Русские земли в XIII-XV веках и европейское средневековье Особенности становления государственности в России и мире. Московское централизованное государство. | | 2 | | | 1 |
| 4. | Россия в XVI-XVII веках в контексте развития европейской цивилизации | | 1 | 1 | | |
| 5. | Российская империя в XVIII веке: модернизация и европеизация политической и социально-экономической жизни. Россия и мир в XVIII в. | | 1 | 1 | | |
| 6. | Российская империя в XIX веке: попытки модернизации. Особенности мирового развития в XIX в. | | 1 | | | 2 |
| 7. | Становление российского капитализма: промышленный переворот. Реформы и революция 1905 г. Первая русская революция (1905-1907гг.). | | 1 | 1 | | |
| 8. | I Мировая война в контексте мировой истории и общенациональный кризис в России. Революции 1917 г. Становление советского государства. | | 1 | 1 | | |
| 9. | Советское государство в 1920-е в 1930-е годы. Индустриализация. Коллективизация. | | 1 | 1 | | |
| 10. | Мир и СССР накануне и в годы Второй мировой войны. Великая Отечественная война. | | 1 | 1 | | |

| | | | | | |
|-----|--|-----------|-----------|---|---|
| 11. | Период послевоенного восстановления. Политическое и социально-экономическое развитие мирового сообщества и СССР во II пол. 1950-х – 1985 гг. | 1 | 1 | | |
| 12. | «Перестройка» и распад СССР. Постсоветская Россия. Россия и мир в конце XX века. | 1 | 1 | | |
| 13. | Россия и мир в XXI веке. | 1 | 1 | | 1 |
| | <i>Итого по дисциплине (с контролем):</i> | 14 | 14 | - | 6 |

Курсовые работы: *(не предусмотрена)*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *(экзамен)*

Авторы РПД:

Касьянов В.В. проф., д.и.н., д.социол.н

Шаповалов С.Н., доц., к.и.н.

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
Б1.О.08.02 История Кубани**

Направление подготовки/специальность 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины:

1. Расширить исторические знания студентов благодаря 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.

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

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

| № п.п | Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | | |
|-------|---|--|---|--|
| | | знает | умеет | владеет |
| 1. | УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этническом и философском контекстах | знает о культурном многообразии общества и существующих формах межкультурного взаимодействия | проявлять межличностную, социальную, национальную толерантность | навыками конструктивного взаимодействия на различных уровнях поликультурного общества |
| 2. | ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов и | достижения отечественной и мировой культуры | создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественно | навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов |

| № п.п | Код и наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | | |
|-------|--|-----------------------------------|-------------------------|---------|
| | | знает | умеет | владеет |
| | (или) коммуникационных продуктов | | й и мировой культуры | |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы дисциплины (темы), изучаемые во 2 семестре (очная форма)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | История Кубани как историческая дисциплина | 6 | 2 | | | 4 |
| 2. | Кубань в Древности и раннем Средневековье | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 3. | Кубанские земли в XIII – конце XVIII в.: от монгольского нашествия до присоединения к России | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 4. | Кубань в конце XVIII – начале XX в.: от «Земли войска Черноморского» к Кубанской области | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 5. | Кубанская область и Черноморская губерния в годы войн и революционных потрясений (1900–1920 гг.) | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 6. | Кубань в 1920–1930-е гг. | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 7. | Кубань в годы Великой Отечественной войны (1941–1945 гг.) | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 8. | Социально-экономическая и общественно-политическая ситуация на Кубани (1945–1985 гг.) | 6 | | 2 | | 4 |
| 9. | Кубань в конце XX – начале XXI вв. | 7,8 | | | | 7,8 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 68 | 14 | 14 | | 40 |

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (экзамен)

Автор к.и.н. доц. Басте Р.Ю.

Аннотация к рабочей программе дисциплины
«Б1.О.09 Психология»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы

Цель дисциплины. Целью освоения дисциплины «Психология» является обретение студентами целостной картины представлений о психологии как науке, о закономерностях функционирования и саморазвития личности

Задачи дисциплины. В соответствии с ФГОС ВО задачами дисциплины является обретение студентами:

- знаний основных психологических понятий: психика, сознание, самосознание, личность; деятельность и др.
- представлений о развитии и траектории саморазвитии личности;
- научных представлений о сферах личности человека, о психических явлениях, роли деятельности в их формировании
- способов саморегуляции и саморазвития в учебной, профессиональной деятельности и межличностном общении

Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная дисциплина «Психология» является составной частью блока Б1. Дисциплина предназначена для студентов очной и заочной формы обучения. Завершается изучение учебной дисциплины «Психология» зачетом во втором семестре.

Требования к уровню освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: УК-6

| Код и наименование индикатора | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | <p>Знает: основные познавательные процессы психики, понятие и содержание личностных особенностей человека, характеристику эмоциональной сферы личности, основные подходы к пониманию психики и мозга, отечественные и зарубежные направления в психологии.</p> <p>Умеет: ориентироваться в научной литературе по психологии, находить и применять методы диагностики личностной, познавательной и эмоциональной сферы личности.</p> <p>Владеет: основными знаниями о психике человека, способностью к обработке данных и анализу свойств личности, с целью выявления личностных ресурсов, управления ими и выстраивания траектории саморазвития.</p> |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы. | <p>Знает: основные методы диагностики личностных особенностей для определения ресурсов, ограничений и приоритетов собственной деятельности, а также особенности их практического применения.</p> <p>Умеет: определять и выявлять особенности собственной личности, анализировать и интерпретировать собственные качества, помогающие или препятствующие саморазвитию и личностному росту.</p> <p>Владеет: методами и методиками, помогающими определять те или иные личностные особенности для определения приоритетов собственной деятельности и эффективного использования личностных ресурсов; способностью к анализу и прогнозированию успешности собственной деятельности.</p> |

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|-----------|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Психология как наука | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 2. | Человек как личность, индивид, индивидуальность. Понятие о сознании и самосознании личности | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 3. | Индивидуальные свойства личности: ресурсы и ограничения саморазвития | 18 | 4 | 4 | | 10 |
| 4. | Познавательная сферы личности и ее развитие. | 21 | 4 | 4 | | 13 |
| 5. | Развитие эмоционально-волевой сферы личности. | 10,8 | 2 | 2 | | 6,8 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 67,8 | 14 | 14 | | 39,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

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

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые на 1 курсе (заочная форма обучения)

| Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---|------------------|-------------------|----------|----|-----------------------------|
| | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | Л | ПЗ | ЛР | |
| Психология как наука | 12 | | | | 12 |
| Человек как личность, индивид, индивидуальность. Понятие о сознании и самосознании личности | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| Индивидуальные свойства личности: ресурсы и ограничения саморазвития | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| Познавательная сферы личности и ее развитие. | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| Развитие эмоционально-волевой сферы личности. | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| ИТОГО по разделам дисциплины | 68 | 4 | 4 | | 60 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | 3,8 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

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

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор РПД: Хозяинова Т.К., канд. психол. наук, доцент кафедры психологии личности и общей психологии

Аннотация к рабочей программы дисциплины

«_Б.1.О.10 _Физическая культура и спорт_____» (код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 2 зачетных единиц.

Цель дисциплины: Формирование физической культуры студента как системного, интегративного качества личности, способности целенаправленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения здоровья, профилактики профессиональных заболеваний, психофизической подготовки к полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: - формирование биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры и спорта для сохранения здоровья, профилактики профессиональных заболеваний;

- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, потребности к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;

- овладение системой практических умений и навыков для сохранения здоровья, психофизической готовности к социальной и профессиональной деятельности;

- формирование умения научного, творческого и методически правильного использования средств физической культуры и спорта, адаптивной физической культуры в профессиональной деятельности и повседневной жизни.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «_Физическая культура и спорт_____» относится к обязательной части / части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Данная дисциплина необходима в дальнейшем образовательном процессе по дисциплине «Элективные дисциплины по физической культуре и спорту».

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК- 7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. | |
| ИУК-7.1. Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний. | <u>Знает:</u> научно – практические основы физической культуры и спорта для укрепления здоровья, профилактики профессиональных заболеваний. |
| | <u>Умеет:</u> целенаправленно использовать знания в области оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний. |
| | <u>Владеет:</u> навыками организации и методике проведения самостоятельных занятий физическими упражнениями различной целевой направленности. |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины

| Виды работ | Всего часов | Форма обучения |
|--|-------------|------------------|
| | | очная |
| | | 1 семестр (часы) |
| Контактная работа, в том числе: | 20,2 | 20,2 |
| Аудиторные занятия (всего): | | |
| занятия лекционного типа | 16 | 16 |
| практические занятия | 2 | 2 |
| семинарские занятия | - | - |
| Иная контактная работа: | | |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | 2 |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | 0,2 |
| Самостоятельная работа, в том числе: | 51,8 | 51,8 |
| <i>Курсовая работа/проект (КР/КП) (подготовка)</i> | - | - |
| <i>Контрольная работа</i> | - | - |
| <i>Расчётно-графическая работа (РГР) (подготовка)</i> | - | - |
| <i>Реферат/эссе (подготовка)</i> | 10 | 10 |
| <i>Самостоятельное изучение разделов, самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий, подготовка к лабораторным и практическим занятиям, коллоквиумам и т.д.)</i> | 38 | 38 |
| Подготовка к текущему контролю | 3,8 | 3,8 |
| Контроль: | | |
| Подготовка к экзамену | - | - |
| Общая трудоемкость | 72 | 72 |
| час. | | |
| в том числе контактная работа | 20,2 | 20,2 |
| зач. ед | 2 | 2 |

Курсовые работы: (*предусмотрено / не предусмотрены*)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (*зачет/экзамен*)

Авторы: доцент кафедры физвоспитания Алферова И.А., ст. преподаватель Харьковская Е.В.

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1.О.11 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Объем трудоемкости: 2 зачетных единицы

Цель дисциплины: формирование компетенций в области безопасности жизнедеятельности, развитие нокологической культуры, под которой понимается *готовность и способность личности использовать приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере повседневной и профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.*

Задачи дисциплины:

- **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 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 профессиональной безопасности;

- способностей для обоснования своих решений с точки зрения безопасности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1 курсе по очной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | |
| ИУК-8.1 Идентифицирует возможные угрозы (опасности) для человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций. | Знает основные опасности, их свойства и характеристики, характер и последствия воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций; понятийно-терминологический аппарат в области безопасности |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|---|--|
| | Умеет идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации |
| | Владеет базовым понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности |
| ИУК-8.2 Осуществляет выбор способов поддержания безопасных условий жизнедеятельности, методов и средств защиты человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций, в том числе военных конфликтов. | Знает принципы, методы и средства защиты от опасностей применительно к сфере повседневной жизни и в профессиональной деятельности; основные законодательные и нормативно-правовые акты в области обеспечения безопасности; мероприятия по защите человека при возникновении опасных или чрезвычайных ситуаций и основные способы ликвидации их последствий |
| | Умеет выбирать методы, принципы и средства защиты от опасностей в повседневной жизни и в профессиональной деятельности; выбирать способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности |
| | Владеет основными законодательными и правовыми актами в области безопасности, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; навыками анализа и рационализации в повседневной жизни и в профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности; методами прогнозирования, способами и технологиями защиты в опасных и чрезвычайных ситуациях. |
| ИУК-8.3 Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему. | Знает алгоритмы и приемы оказания первой помощи пострадавшим. |
| | Умеет применять методы оказания первой помощи пострадавшему |
| | Владеет основными приемами оказания первой помощи пострадавшему. |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|-----------|----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 2. | Идентификация и воздействие на человека негативных факторов среды, их источники и нормирование. | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 3. | Защита человека и среды обитания от негативных факторов. | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 4. | Психофизиологические основы безопасности. Обеспечение комфортных условий жизнедеятельности человека. | 13 | 4 | 4 | - | 5 |
| 5. | Чрезвычайные ситуации и методы защиты при их возникновении. | 9 | 2 | 2 | - | 5 |
| 6. | Оказание первой помощи пострадавшим. | 11 | 2 | 4 | - | 5 |
| 7. | Управление безопасностью жизнедеятельности. | 9,8 | 2 | 2 | - | 5,8 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 69,8 | 16 | 18 | - | 35,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 2 | - | - | - | - |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | - | - | - | - |
| | Подготовка к текущему контролю | 7,8 | - | - | - | - |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | - | - | - | - |

Курсовая работа: не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор А.И. Офлиди

Аннотация к рабочей программы дисциплины
Б1.0.12 «Экономика»

Объем трудоемкости: 2 зачетные единицы.

Цель дисциплины: «Экономика» формирует у студентов фундаментального понятийного аппарата и изучение важнейших теоретических проблем экономической науки и тенденций мировой и отечественной экономики.

Задачи изучения 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 придать экономике необходимую социальную направленность;
- сформировать у студентов тип экономического мышления, экономической культуры адекватно отражающий требования к современным специалистам в области экономики и в различных сферах жизнедеятельности;
- выработать навыки расчетов основных экономических показателей результатов деятельности хозяйствующих субъектов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Перечень предшествующих дисциплин, необходимых для ее изучения:

- история Кубани;
- психология;
- физическая культура и спорт;
- безопасность жизнедеятельности;

Перечень последующих дисциплин, для которых данная дисциплина является предшествующей в соответствии с учебным планом:

- культурология;
- социология рекламы.

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, навык (владеет, может осуществить трудовое действие)</i>) |
|---|--|
| УК- 9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности | |
| УК – 9,1 Понимает базовые принципы функционирования экономики, их влияние на индивида и поведение экономических агентов | Знает причины и особенности развития экономики, ее роль и место в системе общественных отношений |
| | Умеет применять полученные знания для глубокого и объективного анализа социально – экономических проблем, прогнозирования и моделирования экономических систем и поведения экономических агентов |
| | - |

| | |
|---|--|
| УК – 9,2 Принимает обоснованные экономические решения на основе инструментария управления личными финансами | Знает базовые понятия и категории в области формирования личного бюджета и доходов, а также инструменты управления личными финансами |
| | Умеет выбирать инструменты с целью управления личными финансами для принятия экономических решений |
| | - |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 3 семестре (*очная форма обучения*)

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Количество часов | | | |
|-------|---|------------------|-------------------|----|------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | Самостоятельная работа |
| | | | Л | ПЗ | |
| 1. | Предмет, метод и функции экономической теории | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 2. | Общественное производство: понятие, цели и результаты | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 3. | Собственность и хозяйствование | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 4. | Экономические системы общества | 4 | | 2 | 2 |
| 5. | Рынок: сущность, условия возникновения и функционирования. Конкуренция как элемент рыночной экономики | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 6. | Товарное производство. Теории стоимости и денег | 10 | 2 | 2 | 6 |
| 7. | Предпринимательство и формы его реализации. Формирование предпринимательского капитала | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 8. | Доходы хозяйствующих субъектов | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 9. | Экономическая политика государства и государственное регулирование | 4 | | | 4 |
| 10. | Денежно-кредитная система и денежно-кредитная политика | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 11 | Финансовая система и финансовая политика государства | 3,8 | | | 3,8 |
| 12 | Социальная политика государства | | | | |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 67,8 | 16 | 18 | 33,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | |

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 3 семестре (*заочная форма обучения*)

| № п/п | Наименование раздела дисциплины | Количество часов | | | |
|----------|---|------------------|-------------------|----|-----------------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | Самост оятель ная работа |
| | | | Л | ПЗ | |
| 1. | Предмет, метод и функции экономической теории | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 2. | Общественное производство: понятие, цели и результаты | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 3. | Собственность и хозяйствование | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 4. | Экономические системы общества | 4 | | 2 | 2 |
| 5. | Рынок: сущность, условия возникновения и функционирования. Конкуренция как элемент рыночной экономики | 8 | 2 | 2 | 4 |
| 6. | Товарное производство. Теории стоимости и денег | 10 | 2 | 2 | 6 |
| 7. | Предпринимательство и формы его реализации. Формирование предпринимательского капитала | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 8. | Доходы хозяйствующих субъектов | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 9. | Экономическая политика государства и государственное регулирование | 4 | | | 4 |
| 10. | Денежно-кредитная система и денежно-кредитная политика | 6 | 2 | 2 | 2 |
| 11 | Финансовая система и финансовая политика государства | 3,8 | | | 3,8 |
| 12 | Социальная политика государства | | | | |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 67,8 | 16 | 18 | 33,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | |

Курсовая работа: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор Болик А.В.

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины

«Б1.В.13 Культурология»

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 зачетных единиц

Цель дисциплины: овладеть культурологическими знаниями для расширения теоретического и практического багажа, необходимого в последующей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины: Изучение основных закономерностей развития отечественной и мировой культуры, формирование представления о культурном многообразии современного мира, приобретение культурологических знаний, которые могут быть использованы в последующей деятельности.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.О.13 «Культурология» относится к обязательной части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Предшествующими дисциплинами, необходимыми для ее изучения, являются дисциплины Б1.О.08.01 «История (история, всеобщая история)», Б1.О.08.02 «История Кубани», последующими дисциплинами являются Б1.О.16.02 «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и PR-продукта», Б1.О.19 «Этика профессиональной деятельности», Б1.О.20 «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах».

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора* | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| ОПК-3 Способен анализировать и содержательно объяснять исторические явления и процессы в их экономических, социальных, политических и культурных измерениях | |
| ИОПК-3.1 Анализирует исторические явления и процессы и содержательно объясняет их в экономических, социальных, политических и культурных измерениях | Знает: политические, экономические, социальные, культурные явления и процессы в контексте общей динамики и периодизации исторического развития общества с древнейших времен до наших дней, с учетом их глобальной, цивилизационной, региональной, национальной специфики |
| | Умеет: применять знания о социальной природе человеческого общества, факторах и моделях его исторического развития для объяснения актуальных проблем и тенденций общественной жизни |
| | Владеет: навыком сравнения модели развития ведущих стран и регионов мира и выявления национальных особенностей, региональных и глобальных тенденций |
| ОПК-3.2. Обрабатывает и проверяет информацию из разных источников | Знает: методы проверки и оценки достоверности информации |
| | Умеет: анализировать большой объем информации |
| | Владеет: методикой обработки и редактирования материалов (обеспечение правильности приводимых цитат, имен, цифр и других фактических данных) |
| ОПК-3.3 Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества в этическом и философском контекстах | Знает: основы мировой культуры, межкультурное разнообразие народов. |
| | Умеет: Интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |
| | Владеет: навыками анализа межкультурного разнообразия в этическом и философском |

| | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| Код и наименование индикатора* | Результаты обучения по дисциплине |
| | контекстах. |

Содержание дисциплины:

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 4 семестре (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Культурология как научная дисциплина | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 2. | Морфология культуры. | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 3. | Основные культурологические школы | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 4. | Семиотика культуры | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 5. | Типология культур. | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 6. | Культура и мир. | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 7. | Культура первобытного общества | 7 | 2 | 2 | | 3 |
| 8. | Культура древневосточных цивилизаций | 7 | | 2 | | 5 |
| 9. | Культура Античной цивилизации | 7 | | 2 | | 5 |
| 10. | Культура Средневековья | 7 | | 2 | | 5 |
| 11. | Культура эпохи Возрождения и Просвещения | 7 | | 2 | | 5 |
| 12. | Культура XIX в. | 7 | | 2 | | 5 |
| 13. | Мировая культура XX-XXI вв. | 7 | | 2 | | 5 |
| 14. | Культура народов отдельных стран | 6,8 | | 2 | | 4,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 103,8 | 14 | 28 | | 61,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | | | | | |

Разделы (темы) дисциплины, изучаемые во 2 семестре (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | Культурология как научная дисциплина | 8 | 2 | | | 6 |
| 2 | Морфология культуры. | 7 | | | | 7 |
| 3 | Основные культурологические школы | 7 | | | | 7 |
| 4 | Семиотика культуры | 9 | 2 | | | 7 |
| 5 | Типология культур. | 7 | | | | 7 |
| 6 | Культура и мир. | 7 | | | | 7 |
| 7 | Культура первобытного общества | 7 | | | | 7 |
| 8 | Культура древневосточных цивилизаций | 7 | | | | 7 |
| 9 | Культура Античной цивилизации | 7 | | | | 7 |
| 10 | Культура Средневековья | 7 | | | | 7 |
| 11 | Культура эпохи Возрождения и Просвещения | 8 | | 2 | | 6 |
| 12 | Культура XIX в. | 7 | | | | 7 |
| 13 | Мировая культура XX-XXI вв. | 9 | | 2 | | 7 |
| 14 | Культура народов отдельных стран | 7 | | | | 7 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 104 | 4 | 4 | | 96 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 3,8 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | | | | | |

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

Курсовые работы: *не предусмотрена*

Форма проведения аттестации по дисциплине: *зачет*

Автор к.и.н, доцент кафедры истории России Л.Г. Степанова

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.14 СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины изучение функционирования института рекламы в современном социуме, социологических методов обеспечения рекламной деятельности, анализа эффективности рекламы, анализ института рекламы как особого канала коммуникации и механизма конструирования социальной реальности.

Задачи дисциплины

- сформировать представление о социологии рекламной деятельности как социологической теории среднего уровня; о социологических факторах развития рекламы как массового явления;
- рассмотреть вопросы влияния рекламы на индивида и общество в целом, на общественное мнение и ценности;
- изучить коммуникационные технологии рекламы, методы социологического исследования, применяющиеся для обеспечения рекламной кампании;
- раскрыть социальную эффективность рекламы, взаимодействие социально-экономических, социально-психологических, эстетических и этических критериев в оценке рекламы.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология рекламы» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Социология рекламы» базируется на изучении таких предметов, как «История рекламы и связей с общественностью», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| | <p>медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> |
| <p>ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> | <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Владеет навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> |
| <p>ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).</p> | <p>Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).</p> <p>Знает нормы русского и иностранных языков.</p> <p>Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Социологические подходы к исследованию рекламной деятельности | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 2. | Социологические факторы возникновения рекламы как массового явления | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 3. | Массовое сознание как объект рекламы | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 4. | Реклама и ценностные ориентации общества | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 5. | Роль рекламы в инновационных процессах общества и их механизмах | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 6. | Социологические исследования аудитории и средств массовой коммуникации | 15 | 4 | 4 | | 7 |
| 7. | Социологическое обеспечение рекламной кампании | 13,8 | 4 | 4 | | 5,8 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 103,8 | 28 | 28 | | 47,8 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Социологические подходы к исследованию рекламной деятельности | 16 | 1 | 1 | | 14 |
| 5. | Социологические факторы возникновения рекламы как массового явления | 15 | | 1 | | 14 |
| 6. | Массовое сознание как объект рекламы | 16 | 1 | 1 | | 14 |
| 4. | Реклама и ценностные ориентации общества | 16 | 1 | 1 | | 14 |
| 5. | Роль рекламы в инновационных процессах общества и их механизмах | 16 | 1 | 1 | | 14 |
| 6. | Социологические исследования аудитории и средств массовой коммуникации | 16 | 1 | 1 | | 14 |
| 7. | Социологическое обеспечение рекламной кампании | 10 | 1 | 1 | | 8 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 104 | 6 | 6 | | 92 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 3,8 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор В.В. Касьянов, проф., д-р ист. н., д-р социол. н., проф

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.15.01 РИТОРИКА»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

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

Дисциплина «Риторика» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Риторика» базируется на изучении таких предметов, как «Спичрайтинг», «Основы теории коммуникации», «Искусство бизнес-презентации», «Культурология», «Русский язык и основы деловой коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | |
| ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации. | Знает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. Умеет соблюдать нормы и установленные правила поведения в организации. Владеет навыками межличностных и групповых коммуникаций. |
| ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу. | Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы. |
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. |
| ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). | Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Владеет навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). |
| ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). | Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). Знает нормы русского и иностранных языков. Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). |
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории. |

| | |
|---|---|
| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № разд ела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Риторика как искусство и наука. | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 2. | Основные этапы становления риторики как науки и искусства. | 11 | 2 | 4 | | 5 |
| 3. | Становление и развитие риторического знания в России. | 11 | 2 | 4 | | 5 |
| 4. | Ораторское мастерство. | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 5. | Подготовка к публичному выступлению. | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 6. | Композиция публичного выступления. <i>Итоговое занятие</i> | 6 | 4 | 2 | | 8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 68 | 16 | 18 | | 34 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 8 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Риторика как искусство и наука. | 18 | 1 | 1 | | 16 |
| 2. | Основные этапы становления риторики как науки и искусства. | 17 | | 1 | | 16 |
| 3. | Становление и развитие риторического знания в России. | 16 | | | | 16 |
| 4. | Ораторское мастерство. | 18 | 1 | 1 | | 16 |
| 5. | Подготовка к публичному выступлению. | 17 | | 1 | | 16 |
| 6. | Композиция публичного выступления. <i>Итоговое занятие</i> | 13 | | | | 13 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 99 | 2 | 4 | | 93 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор М.А. Кучменко, доцент, канд. филол. наук

Аннотации к рабочим программам дисциплин

Аннотация к рабочей программы дисциплины «Б1.О.15.02 Социология массовых коммуникаций»

(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 4 зачетных единиц

Цель дисциплины: овладеть теоретическими и практическими социологическими знаниями, необходимыми для применения в последующей профессиональной деятельности

Задачи дисциплины:

1. Изучение основных теоретических концепций и подходов, сформировавшихся в социологической мысли.
2. Ознакомление с методологией современной социологии.
3. Формирование у студентов навыков самостоятельного анализа социологической информации.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» относится к базовой части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана. Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» является предшествующей для дисциплин «Психология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации».

Требования к уровню освоения дисциплины

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

| Код и наименование индикатора | Результаты обучения по дисциплине |
|---|---|
| ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | |
| ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры | Знает: социокультурные особенности отечественных и зарубежных медиа |
| | Умеет: анализировать социокультурные особенности отечественных и зарубежных медиа |
| | Владеет: навыками исследования социокультурных особенностей отечественных и зарубежных медиа |
| ИОПК-3.2. Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры | Знает: о возможности использования многообразия отечественной и мировой культуры при создании социологических медиатекстов |
| | Умеет: создавать социологические медиатексты с опорой на многообразие отечественной и мировой культуры |
| | Владеет: навыками создания социологических медиатекстов с опорой на многообразие отечественной и мировой культуры |
| ИОПК-3.3. Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов | Знает: теоретические и практические основы использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания социологических медиатекстов |
| | Умеет: работать с различными источниками информации, отражающими достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания социологических медиатекстов |
| | Владеет: навыками разработки и апробации социологических медиатекстов, опирающихся на многообразие отечественной и мировой культуры |
| ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории | Знает: основные социологические теории, объясняющие запросы и потребности аудитории СМИ |

| Код и наименование индикатора | Результаты обучения по дисциплине |
|--|---|
| | Умеет: анализировать результаты социологических исследований потребностей и интересов массовой аудитории СМИ Владеет: навыками разработки и апробации программ социологических исследований массовой аудитории СМИ |
| ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории | Знает: основные критерии анализа информации в социологии Умеет: анализировать социологическую информацию об интересах и потребностях массовой аудитории Владеет: навыками анализа социологической информации об интересах и потребностях массовой аудитории |
| ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории | Знает: теоретическую составляющую методики анализа медиатекстов Умеет: использовать методы анализа медиатекста на практике Владеет: социологической методикой работы с медиатекстами |
| ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | |
| ИОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности | Знает: о принципах социальной ответственности при изучении аудитории СМИ и ее социокультурных характеристик Умеет: прогнозировать последствия своей социальной ответственности при изучении аудитории СМИ и ее социокультурных характеристик Владеет: технологиями изучения аудитории СМИ и ее социокультурных характеристик |
| ИОПК-7.2 Умеет учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности | Знает: теоретическую основу использования социологического знания в сфере профессиональной деятельности Умеет: прогнозировать последствия использования социологического знания в профессиональной деятельности Владеет: технологиями использования социологического знания в сфере своей профессиональной деятельности |
| ИОПК-7.3 Владеет навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов | Знает: о своей социальной ответственности при создании медиапродуктов по итогам социологических исследований аудитории СМИ Умеет: прогнозировать последствия создания медиапродуктов по итогам социологических исследований аудитории СМИ Владеет: технологиями создания медиапродуктов по итогам социологических исследований аудитории СМИ |

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Социология массовых коммуникаций в системе социологии | 6 | 2 | 2 | ЛР | 2 |
| 2. | Теоретическая основа социологии массовых коммуникаций | 22 | 8 | 4 | | 10 |
| 3. | Методология и методика социологических исследований | 24 | 6 | 12 | | 6 |
| 4. | Социологическое исследование коммуникатора | 18 | 6 | 6 | | 6 |

| | | | | | | |
|----|--|------|----|----|--|----|
| 5. | Социологическое исследование аудитории СМК | 16 | 4 | 6 | | 6 |
| 6. | Социологическое исследование медиатекста | 18 | 6 | 6 | | 6 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 108 | 32 | 36 | | 36 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: / не предусмотрена

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор С.Н. Шаповалов доц. кафедры истории России к.и.н., доц.

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.15.03 ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

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

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Психология массовых коммуникаций» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Психология», «Теория и практика массовой информации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | |
| ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации. | Знает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. Умеет соблюдать нормы и установленные правила поведения в организации. Владеет навыками межличностных и групповых коммуникаций. |
| ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу. | Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| | Владеет навыками планирования и организации командной работы. |
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории. |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. | 16 | 4 | 2 | | 10 |
| 2. | Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 3. | Механизмы и методы воздействия в СМИ. | 16 | 2 | 4 | | 10 |
| 4 | Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ | 16 | 2 | 4 | | 10 |
| 5 | Создание образа мира с помощью СМК | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 6 | Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 7 | Влияние СМК на массовые и политические процессы | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 8 | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 104 | 16 | 18 | | 70 |
| 9 | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| 10 | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 11 | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| 12 | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Понятие и виды массовой коммуникации. Особенности и функции массовых коммуникаций как вида общения. | 24 | 2 | 2 | | 20 |
| 5. | Теоретические подходы к изучению массовых коммуникаций. Методы исследования массовых коммуникаций. | 22 | | 2 | | 20 |
| 6. | Механизмы и методы воздействия в СМИ. | 14 | 2 | 2 | | 10 |
| 4 | Воздействие СМК на когнитивные процессы. Убеждение в СМИ | 22 | | 2 | | 20 |
| 5 | Создание образа мира с помощью СМК | 12 | | 2 | | 10 |
| 6 | Воздействие СМК на эмоциональные процессы. Развлечения в СМК | 22 | | 2 | | 20 |
| 7 | Влияние СМК на массовые и политические процессы | 19 | 2 | | | 17 |
| 8 | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 135 | 6 | 12 | | 117 |
| 9 | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| 10 | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 11 | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| 12 | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Ю.Е. Николаева, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.15.04 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 5 зачетных единицы (180 часов),
для ЗФО 5 зачетных единицы (180 часов)

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 обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Теория и практика массовой информации» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | |
| ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. | Знает необходимую информацию по решению поставленных задач. Умеет проводить критический анализ необходимой информации. Владеет навыками синтеза необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. |
| ИУК-1.2. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор. | Знает варианты решения задачи. Умеет выбирать оптимальный вариант решения задачи. Владеет навыками аргументации по выбору оптимального решения задачи. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | |
| ИУК-2.1. Принимает сущность правовых норм, цели и задачи нормативных правовых актов. | Знает правовые нормы и акты. Умеет выявлять сущность правовых норм. Владеет навыками определения цели и задачи нормативных правовых актов. |
| ИУК-2.2. Осуществляет поиск необходимой правовой информации для решения профессиональных задач. | Знает правовую информацию для решения профессиональных задач. Умеет осуществлять поиск необходимой правовой информации. Владеет способами поиска правовой информации для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.3. Использует принципы проектной методологии для решения профессиональных задач. | Знает принципы проектной методологии. Умеет использовать принципы проектной методологии. Владеет навыками использования проектной методологии для решения профессиональных задач. |
| ИУК-2.4. Выбирает оптимальный способ решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. | Знает способы решения задач. Умеет выбирать оптимальный способ решения задач, на основе проектного инструментария. Владеет оптимальными способами решения задач, имеющихся ресурсов и ограничений, оценки рисков на основе проектного инструментария. |
| ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | |
| ИОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. | Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. Умеет определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования. Владеет навыками учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|---|
| ИОПК-5.2. Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. | Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. Владеет способностью исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. |
| ИОПК-5.3. Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. | Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. Знает способы применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. Умеет использовать правовые и этические нормы в профессиональной деятельности. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|-----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Массовая коммуникация: особенности, основные виды, социальные функции | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 2. | Понятия коммуникации, и социальной коммуникации | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 3. | Интегрированные маркетинговые коммуникации: структура, инструменты. PR-коммуникации | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 4. | Социокультурная, межкультурная и этнокультурная коммуникации | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 5. | Коммуникация и общение. Механизмы перцепции | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 6. | СМИ-СМК | 9 | 2 | 2 | | 5 |
| 7. | Вербальная коммуникация | 9 | 1 | 1,2 | | 5,8 |
| 8. | Невербальная коммуникация | 9 | 1 | 3 | | 5 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 67,8 | 16 | 18 | | 33,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины. Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Малая группа | 13 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 5. | Значение идей для исследования массовой информации | 13 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 6. | Характеристика и практическое значение основных моделей коммуникационного воздействия | 13 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 4. | Основные элементы коммуникационного процесса | 13 | 2 | 2 | 2 | 7 |
| 5. | Теории коммуникации | 14 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 6. | Межличностная коммуникация | 14 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 7. | Исторические вехи в эволюции информации | 14 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| 8. | Особенности коммуникации | 14 | 1 | 1 | 1 | 11 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 68 | 14 | 14 | 14 | 26 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 35,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
 Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 7. | Массовая коммуникация: особенности, основные виды, социальные функции | 9 | 1 | | | 8 |
| 8. | Понятия коммуникации, и социальной коммуникации | 9 | 1 | | | 8 |
| 9. | Интегрированные маркетинговые коммуникации: структура, инструменты. PR-коммуникации | 9 | 1 | | | 8 |
| 4. | Социокультурная, межкультурная и этнокультурная коммуникации | 9 | 1 | | | 8 |
| 5. | Коммуникация и общение. Механизмы перцепции | 9 | | 1 | | 8 |
| 6. | СМИ-СМК | 9 | | 1 | | 8 |
| 7. | Вербальная коммуникация | 9 | | 1 | | 8 |
| 8. | Невербальная коммуникация | 9 | | 1 | | 8 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 68 | 4 | 4 | | 60 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 3,8 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 72 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 10. | Малая группа | 13 | 1 | | | 11 |
| 11. | Значение идей для исследования массовой информации | 13 | 1 | | | 11 |
| 12. | Характеристика и практическое значение основных моделей коммуникационного воздействия | 13 | 1 | | | 12 |
| 4. | Основные элементы коммуникационного процесса | 13 | 1 | | | 12 |
| 5. | Теории коммуникации | 14 | | 1 | | 13 |
| 6. | Межличностная коммуникация | 14 | | 1 | | 13 |
| 7. | Исторические вехи в эволюции информации | 14 | | 1 | | 13 |
| 8. | Особенности коммуникации | 14 | | 1 | | 13 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 99 | 4 | 4 | 2 | 89 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен, зачет

Авторы И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук, доцент, Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.15.05 КОПИРАЙТИНГ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Копирайтинг» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Копирайтинг» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Русский язык и основы деловой коммуникации», «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации», «Литература и искусство в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | |
| ИУК-5.1. Имеет базовые представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. | Знает базовые представления о межкультурном разнообразии общества Умеет использовать представления о межкультурном разнообразии общества этическом и философском контекстах. Владеет способностью воспринимать межкультурное разнообразие общества. |
| ИУК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиции этики и философских знаний. | Знает основные проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Умеет интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. Владеет способностью интерпретировать проблемы современности с позиции этики и философских знаний. |
| ИУК-5.3. Анализирует историю России в контексте мирового исторического развития. | Знает историю России в контексте мирового исторического развития. Умеет анализировать историю России в контексте мирового исторического развития. Владеет навыками анализа истории России. |
| ИУК-5.4. Критически анализирует историческое наследие и социокультурные традиции на основе исторических знаний. | Знает историческое наследие и социокультурные традиции. Умеет критически анализировать историческое наследие. Владеет навыками критического анализа исторического наследия и социокультурных традиций на основе исторических знаний. |
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); | Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. |
| ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Знает достижения отечественной и мировой культуры. | Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Владеет навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). |
| ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). | Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). Знает нормы русского и иностранных языков. Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). |
| ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | |
| ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры. | Знает достижения отечественной и мировой культуры. Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры Владеет способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры. |
| ИОПК-3.2. Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. | Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры |

| | |
|---|--|
| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
| | Владеет способностью создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. |
| ИОПК-3.3. Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. | Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры Умеет использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Предмет, структура и методология курса | 8 | 2 | | 2 | 4 |
| 2. | Печатный рекламный текст: структура, создание и внедрение в жизнь рекламного проекта | 8 | 2 | | 2 | 4 |
| 3. | Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера | 4 | 2 | | 2 | 4 |
| 4. | Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе | 8 | 2 | | 2 | 4 |
| 5. | Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения | 8 | 2 | | 2 | 4 |
| 6. | Основной текстовый рекламный блок | 8 | 2 | | 2 | 4 |
| 7. | Тексты радиорекламы | 8 | 2 | | 2 | 4 |
| 8. | Рекламный текст на TV | 6 | 1 | | 2 | 3 |
| 9. | Особенности текстов политрекламы | 6 | 1 | | 2 | 3 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 68 | 16 | | 18 | 34 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 10. | Предмет, структура и методология курса | 8 | 1 | 1 | | 9 |
| 11. | Печатный рекламный текст: структура, создание и внедрение в жизнь рекламного проекта | 8 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| 12. | Рекламное сообщение как продукт деятельности копирайтера | 4 | | 1 | | 9 |
| 13. | Порождение и экспертиза имени брэнда в рекламе | 8 | 1 | 1 | | 9 |
| 14. | Слоган как основной выразитель УТП рекламного сообщения | 8 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| 15. | Основной текстовый рекламный блок | 8 | 1 | | | 9 |
| 16. | Тексты радиорекламы | 8 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 17. | Рекламный текст на TV | 6 | 1 | 1 | 1 | 8 |
| 18. | Особенности текстов политрекламы | 6 | 1 | 1 | | 9 |
| | Итого по разделам дисциплины дисциплины: | 99 | 8 | 8 | 4 | 79 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор М.А. Кучменко, доцент, канд. филол. наук

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.15.06 СПИЧРАЙТИНГ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель 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, умению 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 «Спичрайтинг» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Спичрайтинг» базируется на изучении таких предметов, как «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Русский язык и основы деловой коммуникации», «Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации», «Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью», «Копирайтинг».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | <p>Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты.</p> <p>Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p> |
| ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). | <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>Владеет навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> |
| ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). | <p>Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).</p> <p>Знает нормы русского и иностранных языков.</p> <p>Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов).</p> |
| ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | |
| ИОПК-3.1. Знает достижения отечественной и мировой культуры. | <p>Знает достижения отечественной и мировой культуры.</p> <p>Умеет использовать достижения отечественной и мировой культуры</p> <p>Владеет способностью использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры.</p> |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| ИОПК-3.2. Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. | Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры Владеет способностью создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры. |
| ИОПК-3.3. Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. | Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. Знает многообразие достижений отечественной и мировой культуры Умеет использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № 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 | 2 | 1 | 6 |
| 2. | Спичрайтерский текст как продукт спичрайтерской деятельности. | 10 | 1 | 1 | 2 | 6 |
| 3. | Спичрайтерская практика в России. | 11 | 1 | 2 | 2 | 6 |
| 4. | Спичрайтинг раздел современной деловой риторики. | 10 | 2 | 1 | 1 | 6 |
| 5. | Жанровая модель как база создания спичрайтерского текста. | 9 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| 6. | Жанры обращений, телеобращение, радиообращение, прямая линия. | 11 | 2 | 1 | 2 | 6 |
| 7. | Спичрайтинг как особый вид аналитической публицистики. | 10 | 2 | 1 | 1 | 6 |
| 8. | Эволюция имиджа и технологии снижения имиджа. | 9 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| 9. | Главная речь кандидата. | 11,8 | 2 | 2 | 1 | 6,8 |
| 10. | Информационная, убеждающая, специальная речь. | 12 | 1 | 2 | 2 | 7 |
| | <i>Итого по по разделам дисциплины:</i> | 103,8 | 14 | 14 | 14 | 61,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Предмет, структура и методология курса. | 9 | 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. | 10 | | | | 10 |
| 5. | Жанровая модель как база создания спичрайтерского текста. | 11 | | 1 | | 10 |
| 6. | Жанры обращений, телеобращение, радиобращение, прямая линия. | 12 | 1 | | 1 | 10 |
| 7. | Спичрайтинг как особый вид аналитической публицистики. | 11 | | 1 | | 10 |
| 8. | Эволюция имиджа и технологии снижения имиджа. | 9 | | | | 10 |
| 9. | Главная речь кандидата. | 11 | 1 | | | 10 |
| 10. | Информационная, убеждающая, специальная речь. | 12 | | | 2 | 10 |
| | <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | 104 | 4 | 2 | 2 | 96 |
| | <i>Контроль самостоятельной работы (КСР)</i> | 4 | | | | |
| | <i>Промежуточная аттестация (ИКР)</i> | 0.2 | | | | |
| | <i>Подготовка к текущему контролю</i> | 3,8 | | | | |
| | <i>Общая трудоемкость</i> | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор М.А. Кучменко, доцент, канд. филол. наук

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.15.07 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Цель дисциплины – целью данного курса является ознакомление с историей возникновения и развития различных теорий массовой коммуникации как видом деятельности и социальным процессом, а также современными теориями коммуникаций. Применительно к подготовке специалиста по связям с общественностью в курсе «Основы теории коммуникации» основное внимание уделяется проблемам, которые возникают в практике работы структур, занятых этими видами деятельности.

Задачи дисциплины состоят в ознакомлении с историческими вехами возникновения и развития коммуникации, теорий информации и коммуникации с целью выделения из общей теории массовой коммуникации узловых моментов, дающих представление специалистам по связям с общественностью о процессах коммуникации, участниками которых им предстоит быть и которые им придется формировать. Важной задачей также является изучение типов, видов, функций коммуникаций, форм, моделей и структурных компонентов коммуникации. Знание содержания коммуникации, семиотика языка и другие базовые знания позволят студентам более успешно освоить другие специальные дисциплины в системе курсов по связям с общественностью. Кроме того, задачей курса является ознакомление студентов со спецификой коммуникаций в различных сферах социальной жизни, освоение методов исследования коммуникации. Решение вышеперечисленных задач будет способствовать формированию коммуникативной компетентности будущих специалистов в области связей с общественностью.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы теории коммуникации» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Основы теории коммуникации» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | |
| ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и | Знает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. Умеет соблюдать нормы и установленные правила поведения в организации. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| установленные правила поведения в организации. | Владеет навыками межличностных и групповых коммуникаций. |
| ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу. | Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы. |
| ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | |
| ИОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. | Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. Умеет определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования. Владеет навыками учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. |
| ИОПК-5.2. Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. | Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. Владеет способностью исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. |
| ИОПК-5.3. Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. | Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. Знает способы применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. Умеет использовать правовые и этические нормы в профессиональной деятельности. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина | 15 | 4 | 2 | 4 | 5 |
| 2. | Исторические вехи возникновения и развития коммуникации | 15 | 4 | 2 | 4 | 5 |
| 3. | Характеристика коммуникативного процесса Типы, виды, функции, средства коммуникации | 15 | 4 | 2 | 4 | 5 |
| 4. | Межличностные, специализированные и массовые коммуникации | 15 | 4 | 2 | 4 | 5 |
| 5. | Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты | 15 | 4 | 2 | 4 | 5 |
| 6. | Содержание коммуникации. Семиотика языка | 15 | 4 | 2 | 4 | 5 |
| 7. | Аудитория коммуникации Эффективность коммуникации | 13,8 | 4 | 2 | 4 | 3,8 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 103,8 | 28 | 14 | 28 | 33,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|--|------------------|-------------------|----------|----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Теория коммуникации как наука и учебная дисциплина | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 2. | Исторические вехи возникновения и развития коммуникации | 14 | | 1 | | 13 |
| 3. | Характеристика коммуникативного процесса. Типы, виды, функции, средства коммуникации | 15 | 1 | | 1 | 13 |
| 4. | Межличностные, специализированные и массовые коммуникации | 14 | | 1 | | 13 |
| 5. | Коммуникативная личность. Коммуникатор и коммуниканты | 13 | | | | 13 |
| 6. | Содержание коммуникации. Семиотика языка | 14 | | 1 | | 13 |
| 7. | Аудитория коммуникации. Эффективность коммуникации | 19 | | | 1 | 18 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | <i>104</i> | <i>2</i> | <i>4</i> | <i>2</i> | <i>96</i> |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.16.01 ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 10 зачетных единицы (360 часов),
для ЗФО 18 зачетных единицы (648 часов)

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 «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 1,2,3 курсах по очной и на 1,2,3 курсах по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «История рекламы и связей с общественностью», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | |
| ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. | Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Умеет выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов |
| ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах). | Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах). Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения. |
| ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов. | Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов. Знает основы развития общественных и государственных институтов. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов. |
| ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| ИОПК-5.1. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. | Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. Умеет определять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования. Владеет навыками учитывать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах. |
| ИОПК-5.2. Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. | Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. Владеет способностью исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона. |
| ИОПК-5.3. Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. | Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. Знает способы применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности. Умеет использовать правовые и этические нормы в профессиональной деятельности. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| информационных потребностей посетителей сайта. | <p>организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | <p>Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Предмет и базовые аспекты теории коммуникации | 17 | 2 | 4 | | 11 |
| 2. | Истоки и основные этапы развития теории коммуникации | 17 | 2 | 4 | | 11 |
| 3. | Основные модели интегрированных коммуникаций | 17 | 2 | 4 | | 11 |
| 4. | Коммуникации в сфере связей с общественностью | 17 | 4 | 2 | | 11 |
| 5. | Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятия, сущность, стратегия | 17 | 4 | 2 | | 11 |
| 6. | Межличностные коммуникации | 19 | 2 | 2 | | 15 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 68 | 16 | 18 | | 70 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 10. | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| 11. | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Вербальные и невербальные коммуникации | 20 | 4 | 4 | 4 | 8 |
| 2. | Слухи как вид коммуникации | 16 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 3. | Коммуникация в малых группах | 16 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 4. | Коммуникации в организациях | 16 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 5. | Реклама как механизм общественных связей и отношений | 18 | 6 | 2 | 2 | 8 |
| 6. | Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний | 16 | 6 | 2 | 2 | 6 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 102 | 28 | 14 | 14 | 46 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 6 | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 10. | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| 11. | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Связи с общественностью в формировании и поддержании репутации | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 2. | Корпоративная культура. Фирменный стиль | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 3. | Эффекты воздействия средств массовой коммуникации | 12 | 4 | 2 | | 6 |
| 4. | Технологии и инструменты корпоративных связей с общественностью | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 5. | Роль корпоративной прессы как инструмента формирования имиджа организации | 7,8 | 2 | 2 | | 3,8 |
| 6. | Связи с общественностью в условиях кризиса | 12 | 4 | 2 | | 6 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 67,8 | 16 | 18 | | 33,8 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| 10. | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| 11. | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Особенности рекламного процесса | 10 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 2. | Виды рекламы и классификация рекламных носителей | 10 | 2 | 2 | 2 | 4 |
| 3. | Исследования в рекламе и оценка эффективности рекламной деятельности | 12 | 2 | 2 | 2 | 6 |
| 4. | Роль психических и психологических процессов в формировании рекламных образов | 18 | 4 | 4 | 4 | 6 |
| 5. | Специфические приемы рекламных коммуникаций | 18 | 4 | 4 | 4 | 6 |
| 6. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 68 | 14 | 14 | 14 | 26 |
| 7. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| 8. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 9. | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| 10. | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
 Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Особенности коммуникационной деятельности по связям с общественностью в различных сферах жизнедеятельности общества | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 2. | Роль рекламы и связей с общественностью в коммуникационной деятельности организации | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 3. | Основные направления деятельности в связях с общественностью | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 4. | Общественность и общественное мнение в интегрированных коммуникациях компании | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 5. | Стратегия и тактика взаимодействия со СМИ в связях с общественностью | 12 | 2 | 4 | | 6 |
| 6. | Использование PR-коммуникаций в отношениях с потребителями | 9,8 | 2 | 2 | | 5,8 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 67,8 | 16 | 18 | | 33,8 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| 10 | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| 11 | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Формирование имиджа и управление репутацией в деятельности по связям с общественностью | 10 | 2 | 2 | | 4 |
| 2. | Социологические и маркетинговые исследования в деятельности по связям с общественностью | 12 | 4 | 4 | | 4 |
| 3. | Роль маркетинговых коммуникаций в деятельности по связям с общественностью | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 4. | Специфические приемы рекламных коммуникаций: ATL и BTL-реклама, вирусный маркетинг. | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 5. | Исследование конкурентной активности в интегрированных маркетинговых коммуникациях | 8 | 2 | 2 | | 4 |
| 6. | Проблема оценки эффективности кампаний по связям с общественностью | 10 | 2 | 2 | | 6 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 63 | 14 | 14 | | 26 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 10 | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| 11 | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 2 семестре 1 курса (заочная форма обучения)

| Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| Предмет и базовые аспекты теории коммуникации | 11 | 1 | 1 | | 9 |
| Истоки и основные этапы развития теории коммуникации | 10 | | 1 | | 9 |
| Основные модели интегрированных коммуникаций | 12 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| Коммуникации в сфере связей с общественностью | 12 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятия, сущность, стратегия | 12 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| Межличностные коммуникации | 12 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| Вербальные и невербальные коммуникации | 12 | 1 | 1 | 1 | 9 |
| Слухи как вид коммуникации | 11 | | 1 | 1 | 9 |
| Коммуникация в малых группах | 11 | | 1 | 1 | 9 |
| Коммуникации в организациях | 11 | | 1 | 1 | 9 |
| Реклама как механизм общественных связей и отношений | 11 | 1 | | 1 | 9 |
| Планирование и проведение интегрированных рекламных кампаний | 10 | 1 | | 1 | 8 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 135 | 8 | 10 | 10 | 107 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Связи с общественностью в формировании и поддержании репутации | 23 | 1 | 2 | | 20 |
| 2. | Корпоративная культура. Фирменный стиль | 23 | 1 | 2 | | 20 |
| 3. | Эффекты воздействия средств массовой коммуникации | 23 | 1 | 2 | | 20 |
| 4. | Технологии и инструменты корпоративных связей с общественностью | 23 | 1 | 2 | | 20 |
| 5. | Роль корпоративной прессы как инструмента формирования внутреннего имиджа организации | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 6. | Корпоративные связи с общественностью в условиях кризиса | 21 | 1 | 1 | | 19 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 129 | 6 | 10 | | 119 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 10. | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| 11. | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Особенности рекламного процесса | 12 | 1 | 1 | | 10 |
| 2. | Виды рекламы и классификация рекламных носителей | 13 | 1 | 1 | 1 | 10 |
| 3. | Исследования в рекламе и оценка эффективности рекламной деятельности | 12 | | 1 | 1 | 10 |
| 4. | Роль психических и психологических процессов в формировании рекламных образов | 14 | | 1 | 1 | 12 |
| 5. | Специфические приемы рекламных коммуникаций | 12,1 | | | 1 | 11,1 |
| 6. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 63,1 | 2 | 4 | 4 | 53,1 |
| 7. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| 8. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| 9. | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| 10. | Общая трудоемкость по дисциплине | 72 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
 Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|-----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | 1 Особенности коммуникационной деятельности по связям с общественностью в различных сферах жизнедеятельности общества | 21 | 1 | | | 20 |
| 2. | 2 Роль рекламы и связей с общественностью в коммуникационной деятельности организации | 21 | 1 | | | 20 |
| 3. | 3 Основные направления деятельности в связях с общественностью | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 4. | 4 Общественность и общественное мнение в интегрированных коммуникациях компании | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 5. | 5 Стратегия и тактика взаимодействия со СМИ в связях с общественностью | 27 | 1 | 1 | | 25 |
| 6. | 6 Использование PR-коммуникаций в отношениях с потребителями | 27 | 1 | 1 | | 25 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 140 | 6 | 4 | | 130 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| 10. | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| 11. | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Формирование имиджа и управление репутацией в деятельности по связям с общественностью | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 2. | Социологические и маркетинговые исследования в деятельности по связям с общественностью | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 3. | Роль маркетинговых коммуникаций в деятельности по связям с общественностью | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 4. | Специфические приемы рекламных коммуникаций: ATL и BTL-реклама, вирусный маркетинг. | 22 | 1 | 1 | | 20 |
| 5. | Исследование конкурентной активности в интегрированных маркетинговых коммуникациях | 21 | | 1 | | 20 |
| 6. | Проблема оценки эффективности кампаний по связям с общественностью | 12 | | 1 | | 11 |
| 7. | <i>ИТОГО по разделам дисциплины:</i> | 121 | 4 | 6 | | 111 |
| 8. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 14 | | | | |
| 9. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 10 | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| 11 | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет, экзамен

Авторы К.В. Виноградова, доцент, канд. ист. наук, доцент, А.А. Бельтюков, доцент, канд. филол. наук, Ю.Е. Николаева, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.16.02 РАЗРАБОТКА, ПЛАНИРОВАНИЕ И ПОДГОТОВКА К ВЫПУСКУ
РЕКЛАМНОГО И ПР-ПРОДУКТА»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 7 зачетных единицы (252 часов),
для ЗФО 7 зачетных единицы (252 часов)

Цель освоения дисциплины – основной целью дисциплины является овладение теоретическими и практическими навыками разработки, планирования и подготовки к выпуску рекламного и ПР-продукта.

Задачи дисциплины

Основные задачи дисциплины «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта»:

- овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса;
- понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском рекламных ПР-продуктов;
- знакомство со спецификой разработки, планирования и выпуска рекламного и ПР-продукта;
- овладение практическими навыками разработки, планирования и выпуска рекламного и ПР-продукта.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Разработка, планирование и подготовка к выпуску рекламного и ПР-продукта» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций», «Мультимедийные технологии в профессиональной сфере».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. Умеет разрабатывать основы маркетинга и маркетинговых исследований. Владеет навыками маркетинговых исследований. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. Знает маркетинговую стратегию организации. Владеет способностью разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. |
| ИПК 1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Знает технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. |
| ПК-2. Способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | |
| ИПК 2.1. Знает особенности продвижения продукции СМИ. | Знает особенности продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять продвижение продукции СМИ. Владеет навыками продвижения продукции СМИ. |
| ИПК 2.2. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. | Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы продвижения продукции СМИ. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |
| ИПК 2.3. Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. | Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Знает основы контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. |
| ПК-3. Способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | |
| ИПК 3.1. Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | Знает специфику создания и редактирования контента сайта. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|---|---|
| | Владеет способностью создавать и редактировать контент сайта. |
| ИПК 3.2. Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. | Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет навыками работы по созданию и редактированию контента сайта. |
| ИПК 3.3. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. | Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта. Знает работу по созданию и редактированию контента сайта. Умеет осуществлять создание, редактирование, управление и контроль контента сайта. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № раз-дела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Особенности создания рекламной и ПР-продукции | 19 | 2 | 2 | 5 | 10 |
| 2. | Типология рекламной и ПР-продукции | 19 | 2 | 2 | 5 | 10 |
| 3. | Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора | 18 | 2 | 2 | 4 | 10 |
| 4. | Контент рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 2 | 4 | 10 |
| 5. | Графическое оформление и дизайн рекламной и ПР-продукции | 18 | 2 | 2 | 4 | 10 |
| 6. | Изготовление рекламной и ПР-продукции | 16 | 2 | 2 | 4 | 8 |
| 7. | Продвижение и рекламной и ПР-продукции | 17 | 2 | 3 | 4 | 8 |
| 8. | Распространение рекламной и ПР-продукции | 14,8 | 2 | 3 | 4 | 5.8 |
| | Итого: | 4 з.е. 144 | 16 | 18 | 34 | 71,8 (+0,2 ИКР) |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № раз-дела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ | 14 | - | - | 4 | 10 |
| 2. | Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ | 14 | - | - | 4 | 10 |
| 3. | Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ | 14 | - | - | 4 | 10 |
| 4. | Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | 13 | - | - | 3 | 10 |
| 5. | Организация работы по созданию и управлению сайтом | 13 | - | - | 3 | 10 |
| 6. | Создание контента сайта | 13 | - | - | 3 | 10 |
| 7. | Редактирование контента сайта | 13 | - | - | 3 | 10 |
| 8. | Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта | 12,8 | - | - | 3 | 9,8 |
| | Итого: | 3 з.е. 108 | - | - | 28 | 79,8 (+0,2 ИКР) |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № раз-дела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Особенности создания рекламной и PR-продукции | 17 | 1 | | | 16 |

| № раз-дела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------|--|------------------|-------------------|----|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 2. | Типология рекламной и ПР-продукции | 17 | | 1 | | 16 |
| 3. | Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора | 18 | 1 | | 1 | 16 |
| 4. | Контент рекламной и ПР-продукции | 17 | | 1 | | 16 |
| 5. | Графическое оформление и дизайн рекламной и ПР-продукции | 18 | 1 | 1 | | 16 |
| 6. | Изготовление рекламной и ПР-продукции | 17 | | 1 | | 16 |
| 7. | Продвижение и рекламной и ПР-продукции | 18 | 1 | 1 | | 16 |
| 8. | Распространение рекламной и ПР-продукции | 18 | | 1 | 1 | 16 |
| | Итого: | 4 з.е. 144 ч. | 4 | 6 | 2 | 128 |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № раз-дела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------|--|------------------|-------------------|----|----|-----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа СРС |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Разработка маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ | 12 | | | | 12 |
| 2. | Планирование маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж СМИ | 13 | | | | 13 |
| 3. | Анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ | 13 | | | | 13 |

| № раз-дела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 4. | Оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ | 14 | | | 1 | 13 |
| 5. | Организация работы по созданию и управлению сайтом | 13 | | | | 13 |
| 6. | Создание контента сайта | 14 | | | 1 | 13 |
| 7. | Редактирование контента сайта | 13 | | | | 13 |
| 8. | Контроль за работой по поддержке, обслуживанию и контент-наполнению сайта | 12 | | | | 12 |
| Контроль (зачет) | | 3,8 | | | | |
| | Итого: | 3 з.е. 108 | - | | 2 | 102 (+0,2 ИКР) |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор А.Н. Минская, ст. преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.16.03 БРЕНДИНГ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов),
для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

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 бренд-билдинга 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 бренд-билдинга; ознакомить студентов с основными этапами создания бренда; рассмотреть вопросы организации и проведения брендинговых кампаний; изучить специфику PR-коммуникаций в брендинге; освоить различные 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 обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Брендинг» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|---|---|
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Бренд, брендинг, бренд-менеджмент | 35 | 8 | 9 | | 18 |
| 2. | Подготовительный этап брендинга | 35 | 8 | 9 | | 18 |
| 3. | Технологии проектирования бренда | 35 | 8 | 9 | | 18 |
| 4. | Коммуникационная кампания бренда | 36,8 | 8 | 9 | | 17,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 139,8 | 32 | 36 | | 71,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | 4 |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---------------------------------------|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Бренд, брендинг, бренд-менеджмент | 35 | 1 | 1 | | 33 |
| 5. | Подготовительный этап брендинга | 35 | 1 | 1 | | 33 |
| 6. | Технологии проектирования бренда | 35 | 1 | 1 | | 33 |
| 4. | Коммуникационная кампания бренда | 35 | 1 | 1 | | 33 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 140 | 4 | 4 | | 132 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | 0,2 |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | 3,8 |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы И.О. Никулин, доцент, канд. филол. наук, доцент, Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.17.01 МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 5 зачетных единицы (180 часов),
для ЗФО 5 зачетных единицы (180 часов)

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 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» 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 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» 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 «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации», «Психология массовых коммуникаций».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим | Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. | Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития. |
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории. |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № раздел а | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------------|---|------------------|----------------------|----|----|----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеауди- тная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | 1. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Управленческая мысль и практика в ранних цивилизациях Востока | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 2. | 2. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Становление школы научного менеджмента | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 3. | 3. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: американский, японский | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 4. | 4. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: европейский, российский | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 5. | 5. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Административные теории | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 6. | 6. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Менеджмент и социальные науки | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 7. | 7. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Школа человеческих отношений | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 8. | 8. <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Развитие научного менеджмента в России | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 9. | 9. Итоговое занятие по 1-му разделу | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 10. | 1. <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Предмет курса | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 11. | 1. <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Свойства организации как объекта управления | 5 | 1 | 2 | | 2 |
| 12. | 1. <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 4 | 1 | 2 | | 1 |
| 13. | 1. <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 4 | 1 | 2 | | 1 |
| 14. | 1. <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Основные функции менеджмента Методологические основы оценки менеджмента | 3 | 1 | 1 | | 1 |
| 15. | 1. <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Итоговое занятие | 2 | | 1 | | 1 |
| 16. | Итого по дисциплине: | 56 | 14 | 28 | – | 26 |
| 17. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |

| | | | | | | |
|-----|----------------------------------|------|--|--|--|--|
| 18. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| 19. | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| 20. | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № раздел а | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|------------------|--|------------------|----------------------|----|----|----------------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеауди- тная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Управленческая мысль и практика в ранних цивилизациях Востока | 8 | 1 | 1 | | 6 |
| 2. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Становление школы научного менеджмента | 7 | | 1 | | 6 |
| 3. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: американский, японский | 7 | | 1 | | 6 |
| 4. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Разнообразие моделей менеджмента: европейский, российский | 6 | | | | 6 |
| 5. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> <i>Административные теории</i> | 7 | | 1 | | 6 |
| 6. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Менеджмент и социальные науки | 8 | 1 | 1 | | 6 |
| 7. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Школа человеческих отношений | 6 | | | | 6 |
| 8. | <i>Раздел 1. История менеджмента</i> Развитие научного менеджмента в России | 8 | 1 | 1 | | 6 |
| 9. | Итоговое занятие по 1-му разделу | 6 | | | | 6 |
| 10. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Предмет курса | 7 | 1 | | | 6 |
| 11. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Свойства организации как объекта управления | 6 | | | | 6 |
| 12. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 6 | | | | 6 |
| 13. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Типы объединений фирм | 6 | | | | 6 |
| 14. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Основные функции менеджмента Методологические основы оценки менеджмента | 6 | | | | 6 |
| 15. | <i>Раздел 2. Базовые понятия и методологические основы менеджмента</i> Итоговое занятие | 5 | | | | 5 |
| 16. | <i>Итого по дисциплине:</i> | 99 | 4 | 6 | – | 89 |
| 17. | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| 18. | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |

| | | | | | | |
|-----|----------------------------------|-----|--|--|--|--|
| 19. | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| 20. | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.17.02 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержание дисциплины «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории. |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

| | |
|--|---|
| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
| | Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | 10 | 4 | 4 | | 2 |
| 2. | Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия | 10 | 4 | 4 | | 2 |
| 3. | Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью | 10 | 4 | 4 | | 2 |
| 4. | Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью | 10 | 4 | 4 | | 2 |
| 5. | Внутрифирменный PR | 6 | 2 | 4 | | |
| 6. | Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью | 10 | 2 | 4 | | 2 |
| 7. | Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе | 6 | 4 | 2 | | |
| 8. | Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью | 8 | 4 | 2 | | 2 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 68 | 28 | 28 | | 12 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Функциональная структура и основные направления деятельности отделов рекламы и связей с общественностью | 12 | 2 | | | 10 |
| 5. | Отдел по связям с общественностью как ключевая организационная единица коммуникационного процесса предприятия | 14 | 2 | | | 12 |
| 6. | Основы планирования и программирования в работе отделов рекламы и связей с общественностью | 12 | | 2 | | 10 |
| 4. | Взаимодействие со средствами массовой информации в практике отделов по рекламе и связям с общественностью | 12 | | 2 | | 10 |
| 5. | Внутрифирменный PR | 12 | | 2 | | 10 |
| 6. | Исследования в работе отделов рекламы и связей с общественностью | 13 | 2 | | | 11 |
| 7. | Статус и стиль деятельности PR-менеджера и менеджера по рекламе | 12 | | 2 | | 10 |
| 8. | Оценка результативности в деятельности отделов по связям с общественностью | 12 | 2 | | | 10 |
| <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | | 99 | 8 | 8 | | 83 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор А.А. Бельтюков, доцент, канд. филол. наук

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.17.03 КОНСАЛТИНГ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Цель данного курса - 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.

В процессе освоения курса студенты должны:

- рассмотреть практику современного консалтинга в России и в мире, выявить его основные черты и выработать навыки организации и планирования консультационной деятельности
- овладеть знаниями, необходимыми современным специалистам по коммуникационному консалтингу;
- использовать полученные знания в практической деятельности, приобрести навыки участия в реальной консультативной деятельности и умение практически применять их в коммуникационном процессе.

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 системе 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 (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Консалтинг в связях с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Этика

профессиональной деятельности», «Теория и практика массовой информации», «Менеджмент в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | |
| ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации. | Знает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. Умеет соблюдать нормы и установленные правила поведения в организации. Владеет навыками межличностных и групповых коммуникаций. |
| ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу. | Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы. |
| ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Знает запросы и потребности аудитории. Умеет отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. Владеет способностью отвечать на запросы и потребности общества и аудитории. |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. Знает информацию о запросах и потребностях аудитории. Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории. |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. Знает основы работы с медиатекстами. Умеет работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | 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 | 12 | 2 | 4 | | 6 |
| 2. | Место консалтинга в системе связей с общественностью. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью | 12 | 2 | 4 | | 6 |
| 3. | PR-консалтинг как бизнес. Коммуникационный аудит. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 4 | Технология PR-консультирования. Процесс консультирования | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 5 | Политический консалтинг и политические технологии. Разновидности политического консалтинга. Консультации по созданию имиджа публичного политика, политической структуры. | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 6 | Управленческое консультирование. PR-консультирование в различных областях управления. | 14 | 4 | 4 | | 6 |
| 7 | Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций | 12 | 4 | 2 | | 6 |
| 8 | Организационное поведение в кризисных политических ситуациях. Взаимодействие с властями. <i>Итоговое занятие</i> | 10,8 | 4 | 2 | | 4,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 103,8 | 28 | 28 | | 47.8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----------|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 4. | Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности. Предмет, цели и задачи курса | 12 | 2 | | | 10 |
| 5. | Место консалтинга в системе связей с общественностью. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью | 12 | | | | 12 |
| 6. | PR-консалтинг как бизнес. Коммуникационный аудит. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью | 14 | | 2 | | 12 |
| 4 | Технология PR-консультирования. Процесс консультирования | 12 | | | | 12 |
| 5 | Политический консалтинг и политические технологии. Разновидности политического консалтинга. Консультации по созданию имиджа публичного политика, политической структуры. | 12 | | 2 | | 12 |
| 6 | Управленческое консультирование. PR-консультирование в различных областях управления. | 14 | | 2 | | 12 |
| 7 | Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций | 14 | 2 | | | 12 |
| 8 | Организационное поведение в кризисных политических ситуациях. Взаимодействие с властями. <i>Итоговое занятие</i> | 12 | | | | 12 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 104 | 4 | 6 | | 94 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Ю.Е. Николаева, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.17.04 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения 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 обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 4 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Консалтинг в связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Этика профессиональной деятельности», «Теория и практика массовой информации», «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью», «Консалтинг в связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | <p>Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | <p>Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | <p>Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Кризис репутации и кризис доверия: определения, причины, последствия | 16 | 6 | 2 | 2 | 6 |
| 2. | Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки | 20 | 6 | 4 | 4 | 6 |
| 3. | Кризисный PR: понятия, содержание, принципы | 22 | 6 | 4 | 4 | 8 |
| 4. | Черный PR: основные формы, методы и инструменты | 22 | 6 | 4 | 4 | 8 |
| 5. | Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика <i>Итоговое занятие</i> | 23,8 | 8 | 4 | 4 | 7,8 |
| <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | | 103,8 | 32 | 18 | 18 | 35,8 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 4 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 6. | Кризис репутации и кризис доверия: определения, причины, последствия | 20 | 1 | 1 | | 18 |
| 7. | Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки | 21 | 1 | 1 | 1 | 18 |
| 8. | Кризисный PR: понятия, содержание, принципы | 21 | 1 | 1 | 1 | 18 |
| 9. | Черный PR: основные формы, методы и инструменты | 21 | 1 | 1 | 1 | 18 |
| 10. | Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика <i>Итоговое занятие</i> | 21 | 2 | | 1 | 18 |
| <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | | 104 | 6 | 4 | 4 | 90 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,2 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 3,8 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы Г.Н. Немец, доцент, канд. филол. наук, доцент, К.В. Виноградова, доцент,
канд. истор. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.18.01 МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единицы (144 часов),
для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины

– формирование теоретических знаний и профессиональных компетенций в области организации эффективной маркетинговой коммуникационной деятельности через активное использование основных форм и методов PR и рекламы.

Задачи дисциплины

- определение роли и места рекламы и связей с общественностью в маркетинге для достижения намеченных результатов субъектов рынка;
- изучение влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта товара;
- определение и обоснование инструментов рекламы и связей с общественностью в том числе и для повышения качества обслуживания потребителей;
- использование элементов антикризисного управления в организации работы субъекта рынка;
- выработка стратегических решений по использованию PR и рекламных кампаний в целях успешного позиционирования субъекта рынка, построения имиджа и социально-деловой активности;
- определение методов оценки экономической и коммуникативной (социально-психологической) эффективности инструментов рекламы и связей с общественностью.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика массовой информации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)) |
|--|--|
| ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК-1.1. Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); | Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты. Владеет способностью создавать коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. |
| ИОПК-1.2. Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). | Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Знает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). Владеет навыками создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). |
| ИОПК-1.3. Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). | Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). Знает нормы русского и иностранных языков. Умеет учитывать особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов). |
| ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. Умеет разрабатывать основы маркетинга и маркетинговых исследований. Владеет навыками маркетинговых исследований. |
| ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. Знает маркетинговую стратегию организации. Владеет способностью разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. |
| ИПК 1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и | Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Знает технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 3 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Организационно-правовые основы PR и рекламы в системе маркетинга | 29 | 4 | 5 | | 20 |
| 2. | Организационные формы управления рекламой и PR | 27 | 4 | 3 | | 20 |
| 3. | Особенности аутсорсинга услуг в сфере рекламы и связей с общественностью | 19 | 4 | 5 | | 10 |
| 4. | Внутрикорпоративные связи с общественностью. Антикризисное управление маркетингом в организации | 29 | 4 | 5 | | 20 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 104 | 16 | 18 | | 70 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 8 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Организационно-правовые основы PR и рекламы в системе маркетинга | 32 | 1 | 1 | | 30 |
| 2. | Организационные формы управления рекламой и PR | 32 | 1 | 1 | | 30 |
| 3. | Особенности аутсорсинга услуг в сфере рекламы и связей с общественностью | 32 | 1 | 1 | | 30 |
| 4. | Внутрикорпоративные связи с общественностью. Антикризисное управление маркетингом в организации | 39 | 1 | 1 | | 37 |
| <i>Итого по дисциплине:</i> | | 135 | 4 | 4 | | 127 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Л.А. Недыхалов, доцент, канд. экон. наук

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.18.02 МАРКЕТИНГОВЫЕ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В
ОБЛАСТИ СМИ»

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью учебной дисциплины «Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ» является:

1. предоставление студентам исчерпывающих знаний по основам теории и методологии проведения маркетинговых и социологических исследований и производства и на их основе новых знаний о рынках и субъектах рыночной деятельности в области СМИ;
2. 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;
3. обучение студентов методам разработки и обоснования управленческих решений на основе результатов маркетинговых и социологических исследований в области СМИ.

Задачи дисциплины

- обеспечить понимание студентами роли маркетинговых и социологических исследований в формировании массмедиа концепции маркетингового управления на основе новых организационных знаний, создаваемых на базе получаемой в ходе исследований новой маркетинговой и социологической информации;
- сформировать у студентов маркетинговый подход к проблемам изучения внешней среды СМИ;
- научить студентов методам и приемам изучения внутренней среды СМИ, оценки его интеллектуального, технологического и производственного потенциалов, определения слабых и сильных сторон, реальных и потенциальных возможностей, конкурентоспособности массмедиа;
- привить студентам практические навыки в области создания новых организационных знаний на основе информации, получаемой в ходе маркетинговых и социологических исследований в области СМИ;
- научить студентов методам и процедурам проведения комплексных маркетинговых и социологических исследований, созданию систем обеспечения СМИ новой маркетинговой и социологической 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 и социологических исследований в области СМИ.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: экзамен.

Освоение содержания дисциплины «Маркетинговые и социологические исследования в области СМИ» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в

направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве», «Маркетинг в рекламе и связях 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 следующих компетенций:

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. | Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития. |
| ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | |
| ИОПК-6.1. Знает современные информационно-коммуникационные технологии. | Знает современные информационно-коммуникационные технологии. Умеет понимать принципы современных информационно-коммуникационных технологий. Владеет способностью использовать современные информационно-коммуникационные технологии. |
| ИОПК-6.2. Умеет применять в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии. | Умеет применять в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии. Знает принципы современных информационно-коммуникационных технологий. Владеет способностью применять в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии. |
| ИОПК-6.3. Владеет навыками использования современных технических средств и | Владеет навыками использования современных технических средств и |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|--|
| информационно-коммуникационных технологий. | информационно-коммуникационных технологий. Знает современные информационно-коммуникационные технологии. Умеет использовать современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. |
| ПК-1. Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. Умеет разрабатывать основы маркетинга и маркетинговых исследований. Владеет навыками маркетинговых исследований. |
| ИПК 1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. Знает маркетинговую стратегию организации. Владеет способностью разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. |
| ИПК 1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Знает технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|-----|-----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Основные понятия маркетинговых и социологических исследований, особенности | 4 | 1 | 0,5 | 0,5 | 2 |
| 2. | Виды маркетингового и социологического исследований и процесс их проведения в области СМИ | 4 | 1 | 0,5 | 0,5 | 2 |
| 3. | Методы маркетинговых и социологических исследований в области СМИ | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 4. | Методы формирования выборки при проведении маркетинговых исследований в СМИ | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 5. | Качественные методы сбора информации | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 6. | Разработка анкет при проведении маркетинговых и социологических исследований | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 7. | Количественные методы опроса | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 8. | Наблюдение и эксперимент | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 9. | Методы анализа маркетинговой и социологической информации | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 10. | Ситуационный анализ | 5 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 11. | Оценка емкости рынка | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 12. | Анализ конкуренции на рынке | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 13. | Сегментирование потребительского рынка | 6 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 14. | Экспертные оценки | 5,5 | 0,5 | 1 | 1 | 3 |
| 15. | Маркетинговые и социологические исследования в интернет-СМИ | 5,5 | 0,5 | 1 | 1 | 3 |
| <i>Итого по дисциплине:</i> | | 77 | 14 | 14 | 14 | 35 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | 4 | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 26,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование тем | Количество часов | | | | |
|---------------------------------------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | СРС |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Основные понятия маркетинговых и социологических исследований, особенности | 6 | 1 | | | 5 |
| 2. | Виды маркетингового и социологического исследований и процесс их проведения в области СМИ | 6 | | 1 | | 5 |
| 3. | Методы маркетинговых и социологических исследований в области СМИ | 7 | 1 | | 1 | 5 |
| 4. | Методы формирования выборки при проведении маркетинговых исследований в СМИ | 6 | | 1 | | 5 |
| 5. | Качественные методы сбора информации | 6 | | 1 | | 5 |
| 6. | Разработка анкет при проведении маркетинговых и социологических исследований | 8 | 1 | | | 7 |
| 7. | Количественные методы опроса | 6 | | 1 | | 5 |
| 8. | Наблюдение и эксперимент | 5 | | 1 | | 4 |
| 9. | Методы анализа маркетинговой и социологической информации | 7 | | 1 | | 6 |
| 10. | Ситуационный анализ | 7 | 1 | | | 6 |
| 11. | Оценка емкости рынка | 7 | | | 1 | 6 |
| 12. | Анализ конкуренции на рынке | 7 | | | 1 | 6 |
| 13. | Сегментирование потребительского рынка | 7 | | | 1 | 6 |
| 14. | Экспертные оценки | 7 | | | 1 | 6 |
| 15. | Маркетинговые и социологические исследования в интернет-СМИ | 7 | | | 1 | 6 |
| <i>Итого по дисциплине:</i> | | 99 | 4 | 6 | 6 | 83 |
| Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | | |
| Промежуточная аттестация (ИКР) | | 0,3 | | | | |
| Подготовка к текущему контролю | | 8,7 | | | | |
| Общая трудоемкость по дисциплине | | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор Л.А. Недыхалов, доцент, канд. экон. наук

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.19 ЭТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

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.

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.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Этика профессиональной деятельности» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Этика профессиональной деятельности» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве», «Основы теории коммуникации».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | |
| ИУК-3.1. Понимает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций; соблюдает нормы и установленные правила поведения в организации. | Знает основные аспекты межличностных и групповых коммуникаций. Умеет соблюдать нормы и установленные правила поведения в организации. Владеет навыками межличностных и групповых коммуникаций. |
| ИУК-3.2. Применяет методы командного взаимодействия; планирует и организует командную работу. | Знает методы командного взаимодействия. Умеет применять методы командного взаимодействия. Владеет навыками планирования и организации командной работы. |
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | |
| ИУК-6.1. Понимает необходимость осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. | Знает основы управления своим временем и другими личностными ресурсами. Умеет управлять своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития. Владеет способностью осознанного управления своим временем и другими личностными ресурсами для выстраивания и реализации траектории саморазвития, личностных достижений, постоянного самообразования. |
| ИУК-6.2. Планирует траекторию саморазвития, определяет ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы. | Знает ограничения и приоритеты собственной деятельности Умеет определять ресурсы, ограничения и приоритеты собственной деятельности, эффективно использует личностные ресурсы. Владеет навыками планирования траектории саморазвития. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 5 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Этика, мораль нравственность: основные понятия | 15 | 2 | 3 | 0 | 10 |
| 2. | Этика, мораль нравственность: основные понятия | 15 | 2 | 3 | 0 | 10 |
| 3. | Этика делового общения | 15 | 2 | 3 | 0 | 10 |
| 4. | Профессиональная этика (ПЭ) | 15 | 2 | 3 | 0 | 10 |
| 5. | Кодексы профессиональной этики | 14 | 2 | 2 | 0 | 10 |
| 6. | Профессионально-этические кодексы, регламентирующие деятельность специалиста в области PR | 14 | 2 | 2 | 0 | 10 |
| 7. | Комитеты и комиссии по профессиональной этике <i>Итоговое занятие</i> | 15,8 | 4 | 2 | 0 | 9,8 |
| | <i>Итого по дисциплине:</i> | 103,8 | 16 | 18 | 0 | 69,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № раздела | Наименование разделов | Количество часов | | | | |
|-----------|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 8. | Этика, мораль нравственность: основные понятия | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 9. | Этика, мораль нравственность: основные понятия | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 10. | Этика делового общения | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 11. | Профессиональная этика (ПЭ) | 15 | 1 | 1 | | 13 |
| 12. | Кодексы профессиональной этики | 14 | 1 | | | 13 |
| 13. | Профессионально-этические кодексы, регламентирующие деятельность специалиста в области PR | 14 | | 1 | | 13 |
| 14. | Комитеты и комиссии по профессиональной этике <i>Итоговое занятие</i> | 16 | 1 | 1 | | 14 |
| | <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | 104 | 6 | 6 | | 92 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«Б1.О.20 РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В
РЕГИОНАЛЬНЫХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУРАХ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 3 зачетных единицы (108 часов),
для ЗФО 3 зачетных единицы (108 часов)

Цель освоения дисциплины – ознакомить студентов с особенностями формирования и функционирования рынка рекламно-информационных услуг регионального уровня.

Задачи дисциплины

В ходе реализации задач курса предполагается рассмотреть:

- 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 «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах» относится к обязательной части учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 3 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «Рекламно-информационная деятельность в региональных государственных структурах» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Теория и практика информационной политики в медиaprостранстве».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|--|
| ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | |
| ИОПК-2.1. Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. | Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Умеет выявлять тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет способностью учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| ИОПК-2.2. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах). | Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах). Знает тенденции развития общественных и государственных институтов. Владеет навыками учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения. |
| ИОПК-2.3. Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов. | Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов. Знает основы развития общественных и государственных институтов. Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов. |
| ПК-4. Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Умеет применять методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. Владеет навыками исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. |
| ИПК 4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Знает основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. Владеет навыками осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. |
| ИПК 4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры | Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. |

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|--|---|
| организации и информационных потребностей посетителей сайта. | <p>Знает методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>Умеет применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
 Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Региональный рекламно-информационный рынок: понятие, структура | 14 | 4 | 2 | | 8 |
| 2. | Взаимосвязь коммуникации, политики и управления | 14 | 4 | 2 | | 8 |
| 3. | PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект | 14 | 4 | 2 | | 8 |
| 4. | Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности | 14 | 4 | 2 | | 8 |
| 5. | Специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе | 16 | 4 | 2 | | 10 |
| 6. | PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне | 16 | 4 | 2 | | 10 |
| 7. | Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR. <i>Итоговое занятие</i> | 15,8 | 4 | 2 | | 9,8 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 103,8 | 28 | 14 | | 61,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (заочная форма обучения)

| № | 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 | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 2. | Взаимосвязь коммуникации, политики и управления | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 3. | PR-продвижение государственного участия в экономике: региональный аспект | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 4. | Коммерческий и некоммерческий сектор в регионе, особенности информационного, рекламного и PR-сопровождения деятельности | 14 | 1 | 1 | | 12 |
| 5. | Специфика рекламы и PR в органах государственной власти и политическом секторе | 16 | 2 | | | 14 |
| 6. | PR-сопровождение государственного и муниципального управления на региональном уровне | 16 | 2 | | | 14 |
| 7. | Мировой опыт и российская региональная специфика рекламы и PR. <i>Итоговое занятие</i> | 16 | 2 | | | 14 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 104 | 10 | 4 | | 90 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 108 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Автор К.В. Виноградова, доцент, канд. ист. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
Б1.О.21 МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ
СФЕРЕ»**

(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 4 зачетных единиц (144 часов), для ЗФО 4 зачетных единицы (144 часов)

Цель освоения дисциплины

Целью изучения дисциплины «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью» является овладение обучающимися теоретических знаний и практических навыков по использованию мультимедийных технологий, объединяющих работу со статической и динамической графикой, текстовой и звуковой информацией; изучение программных продуктов для работы с различными видами информации и получение практических навыков создания мультимедийных продуктов.

Задачи дисциплины

В задачи изучения дисциплины «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью» формирование отношения к разработке мультимедийных данных как к естественной и необходимой компоненте деятельности специалиста в области рекламы и связей с общественностью; овладение базовыми знаниями, лежащими в основе подготовки мультимедийных данных; формирование навыков разработки мультимедиа данных с использованием высокоуровневых программных средств.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью» входит в вариативную часть блока I «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных обучающимися при изучении дисциплин, таких как «Компьютерные технологии и информатика», «Связи с общественностью», «Основы рекламы».

Дисциплина «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью» имеет логическую связь с рядом базовых дисциплин таких как: «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Стратегии и технологии коммуникаций», а так же вариативной частью дисциплин: «Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью», «Технологии создания рекламного продукта», используя навыки и умения, приобретенные в них теоретические знания.

В результате освоения дисциплины «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью» обучающийся будет знать способы обработки мультимедиа информации; современное программное обеспечение, предназначенное для создания или обработки мультимедиа данных.

Данный курс позволит обучающимся суметь самостоятельно обрабатывать мультимедийные изображения; пользоваться интегрированными программными средствами разработки мультимедийных продуктов.

Дисциплина «Мультимедийные технологии в рекламе и связях с общественностью» овладение обучающимися методиками и техниками реализации статических и динамических процессов с использованием мультимедийных технологий; способами создания сложных мультимедийных продуктов.

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине |
|--|--|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | |
| ИУК-1.1. Осуществляет поиск необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. | Знает необходимую информацию по решению поставленных задач. Умеет проводить критический анализ необходимой информации. Владеет навыками синтеза необходимой информации, опираясь на результат анализа поставленной задачи. |
| ИУК-1.2. Выбирает оптимальный вариант решения задачи, аргументируя свой выбор. | Знает варианты решения задачи. Умеет выбирать оптимальный вариант решения задачи. Владеет навыками аргументации по выбору оптимального решения задачи. |

Содержание дисциплины

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.

Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре, 1 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Обработка видео | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 2. | Обработка звука | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 3. | Подготовка статических изображений для мультимедиа | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 4. | Подготовка динамических изображений для мультимедиа | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 5. | Монтаж видео | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 6. | Монтаж звука | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 7. | Применение эффектов | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 8. | Создание титров | 12 | - | 2 | - | 10 |
| 9. | Экспорт проектов | 12 | - | 2 | - | 10 |
| | <i>ИТОГО по разделам дисциплины</i> | 108 | - | 18 | - | 90 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 35,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 1 семестре, 1 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----------|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1. | Обработка видео | 15 | - | 1 | - | 14 |
| 2. | Обработка звука | 15 | - | 1 | - | 14 |
| 3. | Подготовка статических изображений для мультимедиа | 15,5 | - | 0,5 | - | 14 |
| 4. | Подготовка динамических изображений для мультимедиа | 15 | - | 1 | - | 14 |
| 5. | Монтаж видео | 15 | - | 1 | - | 14 |
| 6. | Монтаж звука | 15,5 | - | 0,5 | - | 14 |
| 7. | Применение эффектов | 15 | - | 1 | - | 14 |
| 8. | Создание титров | 15 | - | 1 | - | 14 |
| 9. | Экспорт проектов | 16 | - | 1 | - | 15 |
| | ИТОГО по разделам дисциплины | 135 | | 8 | | 127 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,3 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 8,7 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 144 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: экзамен

Автор А.В. Фролов, преподаватель

АННОТАЦИЯ

дисциплины учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. Часть 1)

Объем трудоемкости:

Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 96 часов в форме практической подготовки и 120 часов самостоятельной работы. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 2 семестр.

Целью прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. Часть 1) является получение профессиональных умений и навыков и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО:

ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

Задачи дисциплины:

- закрепление теоретических знаний, полученных бакалавром в процессе обучения
- приобретение практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра;
- обучение практическим навыкам в области рекламы и связей с общественностью.

- Место дисциплины в структуре ООП ВО

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть 1) относится к Блоку 2 Практики, который в полном объеме относится к обязательной части.

Практика базируется на освоении следующих дисциплин: «Введение в профессию», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть 1) является необходимым этапом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. В процессе прохождения учебной практики студенты приобретают практические навыки и умения в профессиональной сфере, а также совершенствуют познания в производственной деятельности. Научная составляющая данной практики подразумевает изучение и обобщение исторического и современного опыта отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью, владение методикой написания авторских материалов.

Требования к уровню освоения дисциплины

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом: ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---|
| ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории | Знает: запросы и потребности аудитории |
| | Умеет: анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории |
| | Владеет: навыками определения запросов и потребностей аудитории |
| | Знает методы анализа информации о запросах и потребностях аудитории |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории |
| | Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории |
| ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории | Знает: жанры медиатекстов |
| | Умеет: работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории |
| | Владеет: навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории |
| ПК-1 Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований | Знает: основы маркетинга и маркетинговых исследований |
| | Умеет: применять основы маркетинга и маркетинговых исследований |
| | Владеет: навыками работы с основами маркетинга и маркетинговых исследований |
| ИПК-1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации | Знает: методы и способы разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Умеет: разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации |
| | Владеет: навыками разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ | Знает: техники и технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Умеет: владеть техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Владеет: навыками работы с техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ |
| ПК-4 Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации | Знает: методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| | Умеет: владеть знаниями методологических основ исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| | Владеет: навыками работы с методологическими основами |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| | исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| ИПК-4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | Знает: основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта |
| | Умеет: осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта |
| | Владеет: навыками мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта |
| ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта | Знает: методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |
| | Умеет: применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |
| | Владеет: методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |

Основные разделы дисциплины.

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) |
|-------|----|--|---|-------------------------------|
| | 1. | Подготовительный этап. | Установочная конференция по практике (до начала практики), составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по | 1 день |

| | | | |
|----|--|--|------------|
| | | пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики. | |
| 2. | Учебно ознакомительный этап | Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин. Составление списка научной и научно-методической специальной литературы в соответствии с поставленной задачей. Изучение нормативной документации базы практики и деятельности специалиста в области рекламы и PR. Анализ информационных источников, сбор дополнительной информации, обработка и систематизация собранного материала. | 1 неделя |
| 3. | Практическая подготовка | Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Индивидуальная работа по выполнению задания программы практики, в том числе написание рекламной или PR-статьи и анализ сайта.. | 2-3 неделя |
| 4. | Подготовка отчетных документов по практике. | Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике. | 4 неделя |

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет с выставлением оценки.

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>.
4. 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>
5. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – М. : Юрайт, 2018. – 299 с. – URL: <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D>.
6. 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>
7. 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>
8. 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.
9. 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>.

Дополнительная литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

Автор РПД - профессор Л.И. Демина_

АННОТАЦИЯ
программы учебной практики
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ. ЧАСТЬ 2»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (ОФО)

Объем трудоемкости: Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 108 часов в форме практической подготовки. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 4 семестр.

Цели практики.

Целью прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной. Часть 2) (далее практики) является получение профессиональных умений и навыков и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

Задачи практики:

В задачи учебной практики (профессионально-ознакомительной. Часть 2) входит:

- закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин;
- приобретение профессиональных умений и навыков;
- изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR;
- проверка степени готовности будущего бакалавра к самостоятельной работе в условиях практической деятельности в организации;
- разработка и планирование маркетинговой стратегии организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ, под руководством наставника от предприятия;
- мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.

Место практики в структуре ООП.

Учебная практика (профессионально-ознакомительная. Часть 2) относится к обязательной части Блока 2 ПРАКТИКА.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Введение в профессию», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы. В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО: ОПК-4; ПК-1; ПК-4

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|--|
| ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Анализ канала коммуникации, описание аудитории (ЦА). Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Описательная статистика |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |
| ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Сбор и анализ документации. Аналитический отчет влияния средств массовой информации в категориях: реклама, рассылки, SEO (поисковое продвижение), SMM (продвижение в социальных сетях) |
| ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | |
| ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Описательная статистика |
| ИПК 4.3 Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

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>.

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. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – М. : Юрайт, 2018. – 299 с. – URL: <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D>.
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. 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.
6. 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>.

Автор А.Н. Минская, ст. преподаватель

АННОТАЦИЯ
программы производственной практики
«ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (ОФО)

Объем трудоемкости: Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 144 часов в форме практической подготовки. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 6 семестр.

Цели практики.

Целью прохождения производственной практики (профессионально-творческой практики) является приобретение практических навыков (опыта практической деятельности) по созданию, редактированию информационного контента в СМИ и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4.

Задачи практики:

В задачи производственной практики (профессионально-творческой практики) входит:

- приобретение практических навыков (опыта практической деятельности) в использовании знаний, умений и навыков, полученных в ходе лекционных, практических, лабораторных занятий;
- разработка маркетинговой стратегии организации;
- оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ;
- организация работы по созданию и редактированию контента сайта;
- создание медиа-проекта или коммуникационного продукта
- мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.

Место практики в структуре ООП.

Производственная практика (профессионально-творческая практика) относится обязательной части Блока 2 ПРАКТИКА.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»; «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»; «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью»; «Основы проектной деятельности»; «Социология массовых коммуникаций»; «Психология массовых коммуникаций» «Управление информацией в современном медиaprостранстве».

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом: ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---------------------------------|
| ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК - 1.1 Знает потребности | |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| <p>общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> <p>ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)</p> | <p>Анализ электронных информационных ресурсов.</p> <p>Создание медиапродукта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) фоновую информацию (бэкграундер); 2) пресс-релиз; 3) подборки (медиа-кит, пресс-кит, медиа-набор) материалов; 4) ответные сообщения; 5) занимательные статьи; 6) кейс-истории, или случай-истории; 7) авторские статьи; 8) обзорные статьи; 9) проблемные статьи; 10) факт-листы; 11) формы «Вопрос ответ»; 12) интервью; 13) биографии; 14) фотографии; 15) заявления. <p>Аналитический отчет</p> |
| <p>ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ</p> | |
| <p>ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований.</p> <p>ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.</p> <p>ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.</p> | <p>Сбор и анализ документации. Аналитический отчет</p> <p>SWOT-анализ</p> <p>План-проект маркетинговой стратегии</p> |
| <p>ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> | |
| <p>ИПК -2.1 Знает особенности продвижения продукции СМИ.</p> | |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|--|
| <p>ИПК – 2.2 Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> <p>ИПК – 2.3 Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> | Разработка брендбука и гайдлайна (руководство по фирменному стилю). |
| | Разработка правил, регулирующих использование логотипа и констант фирменного стиля: цветовая палитра, типографику, иконографику, фотостиль |
| | Презентационные материалы. Опросные методы (интервью, анкета, беседа). Описательная статистика. |
| ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | |
| <p>ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта.</p> <p>ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> <p>ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта</p> | Работа с информационными источниками |
| | Создание и редактирование информационного контента сайта |
| | Анализ информационного контента сайта |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| <p>ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>ИПК 4.3 Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> | Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| | Описательная статистика |
| | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный 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. 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>

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>

Автор Ю.Е. Николаева, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ

программы производственной практики «ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА»

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (ОФО)

Объем трудоемкости: Объем практики составляет 21 зачетных единиц (756 часов), в том числе 680 часов в форме практической подготовки. Время проведения практики 8 семестр.

Целью прохождения производственной практики (преддипломной практики) является написание выпускной квалификационной работы и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-1; ПК-1; ПК-3; ПК-4.

Задачи практики:

В задачи производственной практики (преддипломной практики) входит: сбор, обработка и анализ материала для выполнения выпускной квалификационной работы;

Место практики в структуре ООП.

Производственная практика (преддипломная практика) относится к обязательной части Блока 2 ПРАКТИКА.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью»; «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»; «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»; «Основы проектной деятельности»; «Социология массовых коммуникаций»; «Психология массовых коммуникаций».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы. Преддипломная практика проводится в восьмом семестре как самостоятельная работа студентов. Результатом прохождения преддипломной практики является подготовка выпускной квалификационной работы.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований по доступности.

Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|--|
| ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК - 1.1 Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | Работа с информационными источниками по теме ВКР |
| ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные | Реферативный обзор по теме ВКР |
| | Анализ отечественных и зарубежных |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| <p>продукты).</p> <p>ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)</p> | <p>информационных ресурсов по теме ВКР</p> |
| <p>ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ</p> | |
| <p>ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований.</p> | <p>Сбор и анализ документации по теме ВКР. Аналитический отчет о состоянии о степени разработанности проблемы ВКР</p> |
| <p>ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.</p> | <p>План-проект маркетинговой стратегии</p> |
| <p>ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.</p> | <p>Описательная статистика: исследование PR и рекламных технологий в границах проблемного поля ВКР</p> |
| <p>ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере</p> | |
| <p>ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта.</p> | <p>Анализ информационного контента, представленного в сети Интернет по теме ВКР</p> |
| <p>ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> | <p>Реферативный обзор актуальных информационных баз данных по теме ВКР</p> |
| <p>ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта</p> | <p>Создание плана-проекта информационного сопровождения сайта организации</p> |
| <p>ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> | |
| <p>ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> | <p>Опросные методы (интервью, анкета, беседа)</p> |
| <p>ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> | <p>Описательная статистика</p> |
| <p>ИПК 4.3 Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры</p> | <p>Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы.</p> |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---------------------------------|
| организации и информационных потребностей посетителей сайта. | . |

Форма проведения аттестации по дисциплине: дифференцированный зачет

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.

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. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] : учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – М. : Юрайт, 2018. – 299 с. – URL: <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D>.
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. 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>.
6. 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>.
7. 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.
8. 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>.
9. 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>.

Автор Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины БЗ.01(Д) ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ
ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность - 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Объем трудоемкости: подготовка вкр 6 зачетных единиц; защита вкр 3 зачетных единиц.

Цель дисциплины: государственной итоговой аттестации (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) 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.

Задачи дисциплины: - решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профессиональной направленности;

- демонстрировать владение универсальными компетенциями (УК);
- 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 языковые нормы и приёмы, принятые в разных сферах коммуникации.

Место дисциплины в структуре ООП ВО Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) относится к обязательной части Блока 3.01 (Д) 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».

Требования к уровню освоения дисциплины – 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. авторская;
2. редакторская; проектная;
3. маркетинговая (основной вид);
4. организационная (основной вид);
5. социально-просветительская;
6. технологическая.

авторская: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7); Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4); Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);

редакторская: способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере (ПК-3); Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);

проектная: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2); Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);

маркетинговая: способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ (ПК-1); Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4); способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта (ПК-4); Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

организационная: способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ (ПК-2); Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3); Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6); Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

социально-просветительская: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

технологическая: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

(ОПК-6); Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

Основные разделы дисциплины: - выполнение студентом индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование, актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, и т.п.); проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы; подготовка и написание выпускной квалификационной работы; подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада).

Авторы Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент, Д.Б. Бережнова, доцент, канд. педагог. наук, доцент, Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук, Ю.Е. Николаева, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б3.02(Д) ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ
КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность - 42.03.01 Реклама и связи с
общественностью
(код и наименование направления подготовки/специальности)

Объем трудоемкости: подготовка вкр 6 зачетных единиц; защита вкр 3 зачетных единиц.

Цель дисциплины: государственной итоговой аттестации (подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы) 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.

Задачи дисциплины: - решать профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности и профессиональной направленности;

- демонстрировать владение универсальными компетенциями (УК);
- 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 языковые нормы и приёмы, принятые в разных сферах коммуникации.

Место дисциплины в структуре ООП ВО Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) относится к обязательной части Блока 3.01 (Д) 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».

Требования к уровню освоения дисциплины – 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. авторская;
2. редакторская; проектная;
3. маркетинговая (основной вид);
4. организационная (основной вид);
5. социально-просветительская;
6. технологическая.

авторская: Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7); Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4); Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);

редакторская: способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере (ПК-3); Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);

проектная: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2); Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);

маркетинговая: способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ (ПК-1); Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4); способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта (ПК-4); Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

организационная: способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ (ПК-2); Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3); Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6); Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

социально-просветительская: Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);

технологическая: Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

(ОПК-6); Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

Основные разделы дисциплины: - выполнение студентом индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование, актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, и т.п.); проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы; подготовка и написание выпускной квалификационной работы; подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада).

Авторы Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент, Д.Б. Бережнова, доцент, канд. педагог. наук, доцент, Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук, Ю.Е. Николаева, старший преподаватель

АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«ФТД. 01 PR-КОММУНИКАЦИИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ»
(код и наименование дисциплины)

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;
Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 1 зачетная единица (36 часов), для ЗФО 1 зачетная единица (36 часов)

Цель освоения дисциплины

Целевая установка программы бакалавриата предусматривает углубление овладения механической системой изучаемого языка, понимание предмета PR-коммуникации на английском языке как важной части профессиональной деятельности, а также развитие коммуникативной компетентности бакалавров, повышение их профессиональной компетентности, формирование готовности содействовать налаживанию межкультурных и научных связей, знакомиться с научной и справочной зарубежной профессионально-ориентированной литературой.

Цель курса состоит в том, чтобы дать студентам представление о содержании теоретических проблем PR-коммуникации, о разных аспектах, категориях и методах изучения PR-коммуникации. Целью дисциплины является формирование и совершенствование языковой и речевой компетенции студентов в области специального языка предметной области рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины

Главными задачами обучения являются:

1. активизация и систематизация знаний, имеющихся у слушателей на момент начала обучения по данной программе;
2. развитие навыков и умений построения PR-коммуникации на английском языке в рамках профессиональной деятельности;
3. развитие навыков и умений выбора и употребления необходимой формы и стиля для решения коммуникативной задачи;
4. овладение специальной лексикой сферы рекламы и связей с общественностью, установление терминологических русско-английских соответствий;
5. развитие специальных речевых навыков (умение провести презентацию, составить рекламный текст, осуществлять коммуникацию на английском языке с представителями средств массовой информации на иностранном языке и т.п.).

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «PR-коммуникации на английском языке» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 2 курсе по очной и на 2 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержание дисциплины «PR-коммуникации на английском языке» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Иностранный язык».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Тема 1 PR AND SOCIAL NETWORK | 8 | - | 3 | - | 5 |
| 2. | Тема 2 PUBLIC SPEAKING TIPS | 8 | - | 3 | - | 5 |
| 3. | Тема 3 ADAPTABILITY IS THE KEY TO SUCCESSFUL PR | 10,8 | - | 4 | - | 6,8 |
| 4. | Тема 4 ETHICAL GLOBAL PR: A CASE STUDY | 9 | - | 4 | - | 5 |

| | | | | | | |
|--|---------------------------------------|-------------|----------|-----------|----------|-------------|
| | Итого по разделам дисциплины: | 35,8 | - | 14 | - | 21,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 36 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 4 семестре 2 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|---|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Тема 1 PR AND SOCIAL NETWORK | | - | 1 | - | 7 |
| 2. | Тема 2 PUBLIC SPEAKING TIPS | | - | 1 | - | 7 |
| 3. | Тема 3 ADAPTABILITY IS THE KEY TO SUCCESSFUL PR | | - | 1 | - | 7 |
| 4. | Тема 4 ETHICAL GLOBAL PR: A CASE STUDY | | - | 1 | - | 7 |
| | <i>Итого по разделам дисциплины:</i> | 32 | - | 4 | - | 28 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 36 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент, Н.Н. Оломская, профессор, д-р филол. наук, доцент

**АННОТАЦИЯ рабочей программы дисциплины
«ФТД.02 РЕКЛАМНЫЕ КОММУНИКАЦИИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ»
(код и наименование дисциплины)**

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью; Реклама и связи с общественностью в СМИ

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: для ОФО 1 зачетная единица (36 часов), для ЗФО 1 зачетная единица (36 часов)

Цель освоения дисциплины

Курс «Рекламные коммуникации на английском языке» предназначен для повышения качества не только общегуманитарной, но и профессиональной подготовки студентов. Речь опосредует профессиональные отношения с людьми, являясь главным инструментом бакалавра по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в его проектной, производственно-технологической, организационно-управленческой, сервисной, научно-исследовательской деятельности. Рекламные коммуникации на английском языке являются необходимой составляющей профессиональной управленческой культуры. Данный курс и предназначен для формирования основных правил речевого коммуникативного поведения современного специалиста на иностранном языке.

Целью изучения курса является формирование современной языковой личности, способной осознавать собственные коммуникативные намерения и строить в соответствии с этим эффективную рекламную коммуникацию на английском языке.

Задачи дисциплины

Главными **задачами** обучения являются:

1. Раскрыть особенности рекламной коммуникации в современном обществе, коммуникативную и эстетическую функцию речи, связь культуры мышления и культуры слова;
2. дать правила пользования речью; способствовать практическому совершенствованию речевого поведения и культуры речи возможно при следующих начальных требованиях к изучению дисциплины:
3. овладение теоретическими основами процесса рекламной коммуникации на английском языке;
4. формирование необходимых языковых знаний в области коммуникативной компетенции будущего бакалавра (виды общения, вербальные и невербальные средства коммуникации, принципы коммуникационного сотрудничества и т.д.);
5. формирование практических умений в области стратегии и тактики речевого поведения в различных формах и видах рекламной коммуникации (письменные, устные формы и жанры речи; монологический, диалогический, полемический виды речи).

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Рекламные коммуникации на английском языке» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. В соответствии с рабочим учебным планом дисциплина изучается на 3 курсе по очной и на 4 курсе по заочной форме обучения. Вид промежуточной аттестации: зачет.

Освоение содержания дисциплины «Рекламные коммуникации на английском языке» базируется на изучении таких предметов, как «Введение в направление подготовки», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», «Иностранный язык».

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

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

| Код и наименование индикатора* достижения компетенции | Результаты обучения по дисциплине (<i>знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности)</i>) |
|---|---|
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | |
| ИУК-4.1. Соблюдает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. | Знает нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. Умеет соблюдать нормы и требования к устной и письменной деловой коммуникации. Владеет способам соблюдения норм и требований к устной и письменной деловой коммуникации, принятые в стране(ах) изучаемого языка. |
| ИУК-4.2. Демонстрирует способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). | Знает основы деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Умеет демонстрировать способность к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). Владеет способностью к реализации деловой коммуникации в устной и письменной формах на иностранном(ых) языке(ах). |
| ИУК-4.3. Выбирает коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении с деловыми партнерами. | Знает коммуникативные стили и средства взаимодействия в общении. Умеет выбирать коммуникативно приемлемые стиль и средства взаимодействия в общении. Владеет способностью взаимодействия в общении с деловыми партнерами. |
| ИУК-4.4. Ведет деловую переписку и использует диалог для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. | Знает основы диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. Умеет вести деловую переписку. Владеет навыками диалога для сотрудничества в социальной и профессиональной сферах. |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 6 семестре 3 курса (очная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----|----|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Тема 1 Advertisement. Its types, aims and structural elements. Model of advertising communication and tasks of advertisement. Types of modern English ads. | 10 | 4 | - | - | 6 |
| 2. | Тема 2 Phonetic peculiarities of English ads. Lexical | 10 | 4 | - | - | 6 |

| | | | | | | |
|----|---|-------------|-----------|----------|----------|-------------|
| | means of English ads. Syntactic peculiarities of English ads. | | | | | |
| 3. | Тема 3 Types of advertising communications. The instruments of ad communications. Integrated ad communications. | 11,8 | 6 | - | - | 5,8 |
| | Итого по дисциплине: | 31,8 | 14 | - | - | 17,8 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | 4 | 4 | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 36 | | | | |

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по темам дисциплины.
Темы дисциплины, изучаемые в 7 семестре 4 курса (заочная форма обучения)

| № | Наименование разделов (тем) | Количество часов | | | | |
|----|--|------------------|-------------------|----------|----------|----------------------|
| | | Всего | Аудиторная работа | | | Внеаудиторная работа |
| | | | Л | ПЗ | ЛР | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 1. | Тема 1 Advertisement. Its types, aims and structural elements. Model of advertising communication and tasks of advertisement. Types of modern English ads. | | 2 | - | - | 9 |
| 2. | Тема 2 Phonetic peculiarities of English ads. Lexical means of English ads. Syntactic peculiarities of English ads. | | 2 | - | - | 9 |
| 3. | Тема 3 Types of advertising communications. The instruments of ad communications. Integrated ad communications. | | 2 | - | - | 8 |
| | Итого по дисциплине: | 32 | 6 | - | - | 26 |
| | Контроль самостоятельной работы (КСР) | | | | | |
| | Промежуточная аттестация (ИКР) | 0,2 | | | | |
| | Подготовка к текущему контролю | 3,8 | | | | |
| | Общая трудоемкость по дисциплине | 36 | | | | |

Курсовые работы: не предусмотрены

Форма проведения аттестации по дисциплине: зачет

Авторы Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент, Н.Н. Оломская, профессор, д-р филол. наук, доцент

Приложение 5.
Рабочие программы практик

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Т.А. Хагуров

2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
Б2.О.01.01 (У) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА. ЧАСТЬ 1**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

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 СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

Рабочая программа Учебной практики Профессионально-ознакомительная практика. Часть 1 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):

Л.И. Демина, профессор, д-р филол. наук, профессор
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


_____ подпись

Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


_____ подпись

Рабочая программа Учебной практики Профессионально-ознакомительная практика. Часть 1 утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы

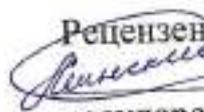

_____ подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


_____ подпись

Рецензенты:

 А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

 М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»

1. Цели практики.

Целью прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. Часть1) является получение профессиональных умений и навыков и формирование следующих компетенций, регламентированных ФГОС ВО:

ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

2. Задачи практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных бакалавром в процессе обучения
- приобретение практических навыков, необходимых для профессиональной деятельности в соответствии с требованиями к уровню подготовки бакалавра;
- обучение практическим навыкам в области рекламы и связей с общественностью.

3. Место практики в структуре ООП.

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть 1) относится к Блоку 2 Практики, который в полном объеме относится к обязательной части.

Практика базируется на освоении следующих дисциплин: «Введение в профессию», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть 1) является необходимым этапом подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. В процессе прохождения учебной практики студенты приобретают практические навыки и умения в профессиональной сфере, а также совершенствуют познания в производственной деятельности. Научная составляющая данной практики подразумевает изучение и обобщение исторического и современного опыта отечественного и зарубежного опыта в сфере рекламы и связей с общественностью, владение методикой написания авторских материалов.

4. Тип (форма) и способ проведения практики.

Тип практики: учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть1)

Способ проведения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. Часть1): стационарна, выездная.

Форма – учебная практика (профессионально-ознакомительная практика. Часть1) проводится в дискретной форме по периодам проведения практик (непрерывная).

Место прохождения практики: базы практик факультета журналистики.

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом: ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---|
| ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории | Знает: запросы и потребности аудитории |
| | Умеет: анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории |
| | Владеет: навыками определения запросов и потребностей аудитории |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории | Знает методы анализа информации о запросах и потребностях аудитории |
| | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории |
| | Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории |
| ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории | Знает: жанры медиатекстов |
| | Умеет: работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории |
| | Владеет: навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории |
| ПК-1 Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований | Знает: основы маркетинга и маркетинговых исследований |
| | Умеет: применять основы маркетинга и маркетинговых исследований |
| | Владеет: навыками работы с основами маркетинга и маркетинговых исследований |
| ИПК-1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации | Знает: методы и способы разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Умеет: разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации |
| | Владеет: навыками разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ | Знает: техники и технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Умеет: владеть техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Владеет: навыками работы с техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ |
| ПК-4 Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации | Знает: методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| | Умеет: владеть знаниями методологических основ исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| | Владеет: навыками работы с методологическими основами исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| ИПК-4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | Знает: основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта |
| | Умеет: осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта |
| | Владеет: навыками мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта |
| ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта | Знает: методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |
| | Умеет: применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |
| | Владеет: методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |

6. Структура и содержание практики

Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 96 часов в форме практической подготовки и 120 часов самостоятельной работы. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 2 семестр.

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) |
|-------|--|--|-------------------------------|
| 1. | Подготовительный этап. | Установочная конференция по практике (до начала практики), составление рабочего графика (плана) проведения практики, | 1 день |

| | | | |
|----|--|--|------------|
| | | проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики. | |
| 2. | Учебно ознакомительный этап | Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин. Составление списка научной и научно-методической специальной литературы в соответствии с поставленной задачей. Изучение нормативной документации базы практики и деятельности специалиста в области рекламы и PR. Анализ информационных источников, сбор дополнительной информации, обработка и систематизация собранного материала. | 1 неделя |
| 3. | Практическая подготовка | Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Индивидуальная работа по выполнению задания программы практики, в том числе написание рекламной или PR-статьи и анализ сайта.. | 2-3 неделя |
| 4. | Подготовка отчетных документов по практике. | Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике. | 4 неделя |

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

7. Формы образовательной деятельности в ходе прохождения обучающимися практики

Практика проводится:

в форме контактной работы обучающихся с руководителем практики от университета включает в себя проведение установочной и заключительной конференций, составление рабочего графика (плана) проведения практики, разработке индивидуальных заданий, выполняемых в период практики, оказание методической помощи по вопросам прохождения практики, осуществление текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

в форме практической подготовки путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

в форме самостоятельной работы обучающихся;

в иных формах работы относится проведение руководителем практики от профильной организации инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также с правилами внутреннего трудового распорядка, согласование индивидуальных заданий, содержания и планируемых результатов практики, осуществление координационной работы и консультирования обучающихся в период прохождения практики, оценка результатов прохождения практики, составление характеристики (отзыва) о прохождении практики.

8. Формы отчетности практики.

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается письменный отчет. Макет отчета по практике приведен в Приложении к РПП.

9. Образовательные технологии, используемые на практике.

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций руководителей практики от университета и руководителей практики от профильной организации, 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.

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике.

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении практики являются:

1. Учебная литература.
2. Нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики .

Самостоятельная работа студентов во время прохождения практики включает:

- ведение дневника практики;
- оформление итогового отчета по практике;
- анализ нормативно-методической базы организации;
- анализ и обработку информации, полученной ими при прохождении практики;
- работу с научной, учебной и методической литературой;
- работа с конспектами лекций, ЭБС.

11. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся | Код и наименование индикатора | Формы текущего контроля | Описание показателей и критериев оценивания индикаторов на различных этапах их формирования |
|-------|--|--|---|---|
| 1. | Подготовительный этап | <p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> | <p>Записи в журналах инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности, по правилам внутреннего трудового распорядка.</p> <p>Записи в дневнике</p> <p>Согласование индивидуального задания и плана-графика работ.</p> | <p>Прохождение инструктажа по технике безопасности, инструктажа по требованиям охраны труда, инструктажа по пожарной безопасности, инструктажа по правилам внутреннего трудового распорядка</p> |

| | | | | |
|----|------------------------------------|--|---|--------------------------------------|
| | | <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> <p>ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта</p> | | |
| 2. | Учебно-ознакомительный этап | <p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> | <p>Дневник практики, отчет, составление списка научной литературы</p> | <p>Результаты выполнения заданий</p> |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> <p>ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований</p> | | |
|--|--|---|--|--|

| | | | | |
|----|---------------------------------|--|---|--------------------------------------|
| | | коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта | | |
| 3. | Практическая подготовка. | <p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> | <p>Дневник практики, отчет, подготовка текста статьи для рекламных и PR-акций, анализ сайта</p> | <p>Результаты выполнения заданий</p> |

| | | | | |
|----|--|--|--|---|
| | | <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> <p>ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта</p> | | |
| 4. | Подготовка отчетных документов по практике. | <p>ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории</p> <p>ИОПК-4.2. Умет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории</p> <p>ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> | <p>Проверка: оформление и содержание отчета, дневника и прочее, доклад на отчетной конференции</p> | <p>Отчет, дневник, характеристика, оценочный лист</p> |

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | <p>ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>ИПК-1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации</p> <p>ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ</p> <p>ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации</p> <p>ИПК-4.2. Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> <p>ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований</p> | | |
|--|--|---|--|--|

| | | | | |
|--|--|---|--|--|
| | | коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта | | |
|--|--|---|--|--|

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.

Критерии оценивания результатов обучения

| Оценка | Критерии оценивания по дифференцированному зачету |
|---|---|
| Высокий уровень «5» (отлично) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Полностью представлен материал в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Своевременно представлен отчет, качественное оформление 3. Полноценная защита отчёта, высокое качество ответов на вопросы |
| Средний уровень «4» (хорошо) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Достаточно полное представление материала в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Достаточно своевременное представление отчёта, среднее качество оформления 3. Защита отчёта, качество ответов на отдельные вопросы |
| Пороговый уровень «3» (удовлетворительно) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Недостаточно полное представленного материала в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Своевременное представление отчёта, удовлетворительное качество оформления (с ошибками) 3. Защита отчёта, качество ответов на отдельные вопросы |
| Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Не представлен материал в соответствии с индивидуальным заданием; 2. Не представлен отчет 3. Отсутствие защиты отчёта |

12. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

12.1. Учебная 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>.

4. 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>

5. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации [Электронный ресурс] учебник для академического бакалавриата / В. В. Касьянов. – М. : Юрайт, 2018. – 299 с. – URL: <https://biblio-online.ru/book/FB2A2FDC-ED57-4BC1-8F45-90D90432872D>.

6. 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>

7. 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>

8. 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.

9. 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>.

12.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

12.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Web of Science (WoS) <http://webofscience.com/>
2. Scopus <http://www.scopus.com/>
3. ScienceDirect www.sciencedirect.com
4. Журналы издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
5. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
6. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>

7. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>)
8. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
9. Электронная коллекция Оксфордского Российского Фонда <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kubanstate/home.action>
10. Springer Journals <https://link.springer.com/>
11. Nature Journals <https://www.nature.com/siteindex/index.html>
12. Springer Nature Protocols and Methods <https://experiments.springernature.com/sources/springer-protocols>
13. Springer Materials <http://materials.springer.com/>
14. zbMath <https://zbmath.org/>
15. Nano Database <https://nano.nature.com/>
16. Springer eBooks: <https://link.springer.com/>
17. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
18. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. Американская патентная база данных <http://www.uspto.gov/patft/>
2. Полные тексты канадских диссертаций <http://www.nlc-bnc.ca/thesescanada/>
3. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
4. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
6. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
7. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
8. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
9. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
10. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
11. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
12. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
13. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
14. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru/>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

13. Методические указания для обучающихся по прохождению учебной практики (профессионально-ознакомительной. Часть 1)

Перед началом учебной практики 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.

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.

14. Материально-техническое обеспечение практики.

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|---|---|--|
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и | 1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018. 2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense |

| | | |
|--|--|---|
| | беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор №73–АЭФ/223- ФЗ/2018. от 06.11.2018. |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд. 307, 310, 410, 412) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | 1. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для учащихся с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU ShrdSvr AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License PerUsr STUUseBnft 5XS-00002. Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор №73-АЭФ/223-ФЗ/2018. от 06.11.2018. 2. MicrosoftOffice 365 ProfessionalPlus – Пакет ПО для преподавателей и сотрудников с использованием облачных технологий (Microsoft). Артикул правообладателя O365ProPlusforEDU AllLng MonthlySubscriptions-VolumeLicense MVL 1License AddOn toOPP (код 5XS-00003). Соглашение Microsoft “Enrollment for Education Solutions” 72569510.Лицензионный договор №73–АЭФ/223- ФЗ/2018. от 06.11.2018. |

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО - ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ. ЧАСТЬ 1)**

период с _____ 20__ г. по _____ 20__ г.

(Ф.И.О. студента)

студента _____ группы ____ 1__ курса _____ формы обучения

Направление подготовки /специальность_42.03.01 – реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль)/специализация - реклама и связи с общественностью в СМИ

Руководитель практики от университета

(ученая степень, ученое звание, должность, Ф.И.О.)

Оценка по итогам защиты практики: _____

Подпись руководителя практики от университета _____

« ____ » _____ (дата)

Руководитель практики от профильной организации: _____
(ФИО, подпись)

Краснодар 20__ г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД
ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО –
ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ ПРАКТИКИ ЧАСТЬ 1)
и планируемые результаты**

Студент _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки (специальности) 42.03.01 – реклама и связи с общественностью

Место прохождения практики _____

Срок прохождения практики с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

Целью прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. часть 1) является приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО и учебным планом: ОПК-4, ПК-1, ПК-4.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---|
| ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории | Знает: запросы и потребности аудитории |
| | Умеет: анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории |
| | Владеет: навыками определения запросов и потребностей аудитории |
| ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории | Знает методы анализа информации о запросах и потребностях аудитории |
| | Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории |
| | Владеет навыками анализа информации о запросах и потребностях аудитории |
| ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории | Знает: жанры медиатекстов |
| | Умеет: работать с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории |
| | Владеет: навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории |
| ПК-1 Способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований | Знает: основы маркетинга и маркетинговых исследований |
| | Умеет: применять основы маркетинга и маркетинговых исследований |
| | Владеет: навыками работы с основами маркетинга и маркетинговых исследований |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| ИПК-1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации | Знает: методы и способы разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Умеет: разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации |
| | Владеет: навыками разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ | Знает: техники и технологии разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Умеет: владеть техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации |
| | Владеет: навыками работы с техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ |
| ПК-4 Способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации | Знает: методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| | Умеет: владеть знаниями методологических основ исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| | Владеет: навыками работы с методологическими основами исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации |
| ИПК-4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | Знает: основы мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта |
| | Умеет: осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта |
| | Владеет: навыками мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и анализа информационных потребностей посетителей сайта |
| ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры | Знает: методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| организации и информационных потребностей посетителей сайта | Умеет: применять методы и приемы проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |
| | Владеет: методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта |

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики:

1. Ознакомиться с основными требованиями и задачами проведения учебной практики (профессионально -ознакомительной практики Часть1).
2. Изучить специальную научную литературу по рекламе и PR, необходимую для выполнения заданий на практике и подготовить библиографический список .
3. Проанализировать деятельности организации, изучить нормативные документы, деятельность специалиста в области рекламы и PR, медиатексты организации, представленные на сайте, отвечающие запросам аудитории.
4. Подготовить рекламный или PR-материал (статью) в контексте маркетинговой стратегии организации.
5. Подготовить анализ сайта по схеме.
6. Подготовить отчетные документы по практике.

Схема анализа:

1. Полное название предприятия.
2. Название подразделения.
3. Тип подразделения (например: отдел, сектор, и т.д.)
4. Телефон подразделения.
5. Адрес электронной почты подразделения .(Адрес WWW-страницы подразделения указывается полностью, например, <http://www.somewhere.ru/somedivision/index.html>)
6. Историческая справка о подразделении (указывается, например, год основания, выдающиеся руководители и пр., выдающиеся результаты и т.д.)
8. Текущая деятельность подразделения (указываются, например, текущие направления работы, видные руководители, участники проектов и пр., достижения за последние годы и т.д.)
9. Задачи и функции подразделения; права подразделения; ответственность подразделения.
10. Взаимоотношения с другими подразделениями предприятия и/или с другими организациями (партнерами, конкурентами).
11. Структура , навигация, дизайн, сайта предприятия.
12. Анализ представленной информации на сайте.
12. Анализ информационных запросов и обратной связи на сайте.
13. Сформулировать вывод.

Ознакомлен (студент) _____

ФИО, подпись

Руководитель практики от университета _____

(подпись) (расшифровка подписи)

Рабочий график (план) проведения практики:

| № | Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики | Сроки |
|----|---|------------|
| 1 | Подготовительный этап . Установочная конференция по практике (до начала практики), составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики. | 1 день |
| 2 | Учебно-ознакомительный этап Закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин. Составление списка научной и научно-методической специальной литературы в соответствии с поставленной задачей. Изучение нормативной документации базы практики и деятельности специалиста в области рекламы и PR. Анализ информационных источников, сбор дополнительной информации, обработка и систематизация собранного материала. | 1 неделя |
| 3. | Практическая подготовка. Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью. Изучение информационных запросов и медиатекстов на сайте предприятия. Выполнение индивидуальной работы по написанию рекламной или PR-статьи в контексте маркетинговой стратегии организации. Проведение мониторинга коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей сайта, подготовка анализа сайта предприятия по схеме: | 2-3 неделя |
| 4. | Подготовка отчетных документов по практике. Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике. | 4 неделя |

Ознакомлен _____
подпись студента (расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

результатов прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики. Часть 1)

по направлению подготовки/специальности
42.03.01 – реклама и связи с общественностью

Фамилия И.О студента _____

Курс _____ 1 _____

| № | ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики от профильной организации) | 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 прохождения практики | | | | |

Руководитель практики от профильной организации _____
(подпись) (расшифровка подписи)

| № | СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ИНДИКАТОРЫ КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета) | Оценка | | | |
|----|---|--------|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 1. | ИОПК-4.1. Знает запросы и потребности аудитории | + | | | |
| 2. | ИОПК-4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории | | | | |
| 3. | ИОПК-4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории | | | | |
| 4. | ИПК-1.1. Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований | | | | |
| 5. | ИПК-1.2. Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации | | | | |
| 6. | ИПК-1.3. Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ | | | | |
| 7. | ИПК-4.1. Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации | | | | |

| | | | | | |
|----|---|--|--|--|--|
| 8. | ИПК-4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | | | | |
| 9. | ИПК-4.3. Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта | | | | |

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Декану факультета журналистики, д-ру
ист.наук, д-ру соц. Наук
В.В.Касьянову
ФГБОУ ВО «КубГУ»

Патюковой Р.В., заведующей кафедрой
рекламы и связей с общественность.
д.ф.н.

студента _____
1 курса ОФО 42.03.01 реклама и связи с
общественностью

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу считать местом прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной практики Часть 1) в форме практической подготовки с «15» июня 2021 г. по «12» июля 2021 г. в « _____ » (полные реквизиты организации, Ф.И.О., должность руководителя)

Дата и подпись студента

Сведения о прохождении инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

(для профильной организации)

Профильная организация _____

Студент _____
(ФИО, возраст)

Дата _____

1. Инструктаж по требованиям охраны труда

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)

2. Инструктаж по технике безопасности

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)

3. Инструктаж по пожарной безопасности

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)

4. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка

Провел _____
(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____
(ФИО, подпись студента)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Т.А. Хагуров

«28» мая 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
Б2.О.01.02 (У) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА. ЧАСТЬ 2**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

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 СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

Рабочая программа Учебной практики Профессионально-ознакомительная практика. Часть 2 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):

А.Н. Минская, ст. преподаватель

И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание



Подпись

Рабочая программа Учебной практики Профессионально-ознакомительная практика. Часть 2 утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой

рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.

фамилия, инициалы



Подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.

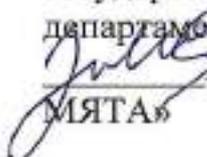
фамилия, инициалы



Подпись

Рецензенты:

 А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

 М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»

1. Цели практики.

Целью прохождения учебной практики (профессионально-ознакомительной. Часть 2) (далее практики) является получение профессиональных умений и навыков и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-4; ПК-1; ПК-4.

2. Задачи практики:

В задачи учебной практики (профессионально-ознакомительной. Часть 2) входит:

- закрепление теоретических знаний, полученных в ходе изучения дисциплин;
- приобретение профессиональных умений и навыков;
- изучение студентом деятельности специалиста в области рекламы и PR;
- проверка степени готовности будущего бакалавра к самостоятельной работе в условиях практической деятельности в организации;
- разработка и планирование маркетинговой стратегии организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ, под руководством наставника от предприятия;
- мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.

3. Место практики в структуре ООП.

Учебная практика (профессионально-ознакомительная. Часть 2) относится к обязательной части Блока 2 ПРАКТИКА.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Введение в профессию», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью».

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 практики.

Тип учебная практики: профессионально-ознакомительная. Часть 2.

Способ проведения учебной практики: стационарная, выездная.

Практика проводится в дискретной форме (непрерывно).

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|--|
| ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Анализ канала коммуникации, описание аудитории (ЦА). Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| | |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Описательная статистика |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |
| ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Сбор и анализ документации. Аналитический отчет влияния средств массовой информации в категориях: реклама, рассылки, SEO (поисковое продвижение), SMM (продвижение в социальных сетях) |
| ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | |
| ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Описательная статистика |
| ИПК 4.3 Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |

Индивидуальное задание (см. Приложение)

6. Структура и содержание практики

Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 108 часов в форме практической подготовки. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 4 семестр.

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) |
|----------|--|--|-------------------------------|
| 1. | Подготовительный этап | <p>Установочная лекция по практике, составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности.</p> <p>Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка.</p> <p>Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики</p> | 1-2 дня |
| 2. | Учебный (профессионально-ознакомительный) этап | <p>Изучение базы практики, учебно-методической документации, нормативной документации.</p> <p>Индивидуальная и групповая работа по выполнению задания программы практики, в том числе индивидуального задания, анализу информационных источников, сбору дополнительной информации, обработке и систематизации собранного материала.</p> <p>Мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> | 1 неделя |
| 3. | Практическая подготовка | <p><i>Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.</i></p> <p><i>Анализ канала коммуникации, описание и выбор ЦА.</i></p> <p><i>Опросные методы (интервью, анкета, беседа).</i></p> <p><i>Описательная статистика</i></p> <p><i>Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы.</i></p> <p><i>Аналитический отчет влияния средств массовой информации в категориях: реклама, рассылки, SEO (поисковое продвижение), SMM (продвижение в социальных сетях)</i></p> <p><i>SWOT-анализ.</i></p> | 2-4 неделя |

| | | | |
|----|--|---|----------|
| | | <i>План-проект маркетинговой стратегии</i> | |
| 4. | Подготовка отчетных документов по практике | Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике | 4 неделя |

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

7. Формы образовательной деятельности в ходе прохождения обучающимися практики

Практика проводится:

в форме контактной работы обучающихся с руководителем практики от университета включает в себя проведение установочной и заключительной конференций, составление рабочего графика (плана) проведения практики, разработке индивидуальных заданий, выполняемых в период практики, оказание методической помощи по вопросам прохождения практики, осуществление текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

в форме практической подготовки путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

в форме самостоятельной работы обучающихся;

в иных формах, к которым относится проведение руководителем практики от профильной организации инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также с правилами внутреннего трудового распорядка, согласование индивидуальных заданий, содержания и планируемых результатов практики, осуществление координационной работы и консультирования обучающихся в период прохождения практики, оценка результатов прохождения практики.

8. Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается письменный отчет. Макет отчета по практике приведен в приложении.

9. Образовательные технологии, используемые на практике

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций руководителей практики от университета и руководителей практики от профильной организации, 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.

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении практики являются.

1. Учебная литература;
2. Нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. Методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики

Содержание практики

Самостоятельная работа обучающихся 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
- работу с научной, учебной и методической литературой,
- работа с конспектами лекций, ЭБС.
- и т.д.

11. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся | Код и наименование индикатора | Формы текущего контроля | Описание показателей и критериев оценивания индикаторов на различных этапах их формирования |
|-------|---|--------------------------------|--|---|
| 1. | <p>Подготовительный этап</p> <p>Установочная лекция по практике, составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности.</p> <p>Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка.</p> <p>Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики</p> | <p>ОПК-4 ПК-1 ПК-4</p> | <p>Записи в журнале инструктажа.</p> <p>Записи в дневнике</p> <p>Устный опрос</p> | <p>Анализ канала коммуникации, описание целевой аудитории.</p> <p>Выбор опросных методов (интервью, анкета, беседа), в согласование их с руководителем практики</p> |
| 2. | <p>Учебный (профессионально-ознакомительный) этап</p> <p>Изучение базы практики, учебно-методической</p> | <p>ОПК-4 ПК-1</p> | <p>Собеседование</p> <p>Проверка выполнения индивидуальных заданий (оформление</p> | <p>Сбор и анализ документации.</p> <p>Аналитический отчет влияния средств</p> |

| | | | | |
|----|--|-----------------------|---|--|
| | <p>документации, нормативной документации.</p> <p>Индивидуальная и групповая работа по выполнению задания программы практики, в том числе индивидуального задания, анализу информационных источников, сбору дополнительной информации, обработке и систематизации собранного материала.</p> <p>Мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> | ПК-4 | дневника практики и раздела отчета) | <p>массовой информации в категориях: реклама, рассылки, SEO (поисковое продвижение), SMM (продвижение в социальных сетях) SWOT-анализ.</p> |
| 3. | <p>Практическая подготовка</p> <p>Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.</p> | ОПК-4 ПК-1 ПК-4 | Проверка индивидуального задания и промежуточных этапов его выполнения (оформление дневника практики и раздела отчета | План-проект маркетинговой стратегии |
| 4. | <p>Подготовка отчетных документов по практике</p> <p>Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике</p> | ОПК-4 ПК-1 ПК-4 | Проверка: оформления отчета | 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 отчета. Отчет обязательно должен быть заверен подписью руководителя практики от

университета и от профильной организации (в случае прохождения практики в профильной организации).

Критерии оценивания результатов обучения

| Оценка | Критерии оценивания по дифференцированному зачету |
|--|---|
| Высокий уровень «5» (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 |
| Средний уровень «4» (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 |
| Пороговый уровень «3» (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 |
| Минимальный уровень «2» (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 |

12. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

12.1. Учебная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157> (дата обращения: 24.05.2021).

2. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453915> (дата обращения: 10.06.2021).

3. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940> (дата обращения: 21.05.2021).

4. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470442> (дата обращения: 21.05.2021).

5. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 352 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09873-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/428806> (дата обращения: 27.05.2021).

6. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453912> (дата обращения: 24.05.2021).

7. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).

12.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

12.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
3. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
4. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
5. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
6. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
8. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
9. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
10. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
11. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
12. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

13. Методические указания для обучающихся по прохождению учебной практики.

Перед началом учебной практики 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.

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.

14. Материально-техническое обеспечение практики

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|---|--|--|
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.301, 310, 410, 412) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное | (мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) |

| | | |
|--|---|--|
| | оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | |
|--|---|--|

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ. ЧАСТЬ 2**

период с _____ 20__ г. по _____ 20__ г.

(Ф.И.О. студента)

студента _____ группы _____ курса _____ формы обучения

Направление подготовки /специальность _____

Направленность (профиль)/специализация _____

Руководитель практики от университета _____

(ученая степень, ученое звание,
должность, Ф.И.О.)

Оценка по итогам защиты практики: _____

Подпись руководителя практики от университета _____

« ____ » _____ (дата)

Руководитель практики от профильной организации: _____

(ФИО, подпись)

Краснодар 20__ г.

Приложение 2

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД
ПРОВЕДЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ и планируемые результаты**

Студент _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки (специальности) _____

Место прохождения практики _____

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Цель практики – изучение, формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО и учебным планом:

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| ОПК-4 способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | |
| ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории. | Анализ канала коммуникации, описание аудитории (ЦА). Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории. | Описательная статистика |
| ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории. | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |
| ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Сбор и анализ документации. Аналитический отчет влияния средств массовой информации в категориях: реклама, рассылки, SEO (поисковое продвижение), SMM (продвижение в социальных сетях) |
| ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | |
| ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | SWOT-анализ План-проект маркетинговой стратегии |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Описательная статистика |
| ИПК 4.3 Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики

Ознакомлен (студент) _____
 ФИО, подпись

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Рабочий график (план) проведения практики:

| № | Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики | Сроки |
|---|---|-------|
| 1 | | |
| 2 | | |

Ознакомлен _____
подпись студента *расшифровка подписи*

« ____ » _____ 20__ г.

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ
результатов прохождения учебной практики
по направлению подготовки/специальности

Фамилия И.О студента _____

Курс _____

| № | ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики от профильной организации) | 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 прохождения практики | | | | |

Руководитель практики от профильной организации _____
(подпись) (расшифровка подписи)

| № | СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ИНДИКАТОРЫ КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета) | Оценка | | | |
|----|--|--------|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 1. | ИОПК 4.1. Знает запросы и потребности аудитории | + | | | |
| 2. | ИОПК 4.2. Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории | | | | |
| 3. | ИОПК 4.3. Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории | | | | |
| 4. | ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований | | | | |
| 5. | ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации | | | | |
| 6. | ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ | | | | |
| 7. | ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации | | | | |
| 8. | ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | | | | |
| 9. | ИПК 4.3 Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта | | | | |

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Сведения о прохождении инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

(для профильной организации)

Профильная организация _____

Студент _____

(ФИО, возраст)

Дата _____

1. Инструктаж по требованиям охраны труда

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

2. Инструктаж по технике безопасности

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

3. Инструктаж по пожарной безопасности

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

4. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке
обучающихся в ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный университет» и его
филиалах

ОБРАЗЕЦ ГАРАНТИЙНОГО ПИСЬМА

от организации, принимающего студента на практику

ВНИМАНИЕ: гарантийное письмо оформляется на официальном бланке организации с указанием всех его реквизитов, а также исходящего номера, проставляемого канцелярией организации.

Ректору ФГБОУ ВО «КубГУ»
М.Б. Астапову
от директора (президента,
председателя правления и т.п.)
(название организации)
(Ф.И.О руководителя)

Организация *(название организации)* не возражает о прохождении _____ практики *(название практики)* студентов _____ группы _____ курса, _____ формы обучения, обучающихся по направлению подготовки/специальности *(наименование направления подготовки / специальности)*.

Организация *(название организации)* подтверждает готовность обеспечить прохождение _____ практики студента *(Ф.И.О студента)* в сроки с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г. в соответствии с программой практики.

Руководителем _____ практики студента *(Ф.И.О студента)* от организации назначается *(Ф.И.О. руководителя)*, контактный телефон (номер контактного телефона руководителя практики).

Назначенный руководитель соответствует требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности.

(подпись руководителя предприятия) (расшифровка подписи) (дата)

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке обучающихся
в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
университет» и его филиалах

Договор № _____
о практической подготовке обучающихся

г. Краснодар

«___» _____ 20__ г.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» именуемое в дальнейшем "Организация", в лице проректора по учебной работе, качеству образования - первого проректора Хагурова Темыра Айтчевича, действующего на основании доверенности от 01.03.2021 № 170/01, с одной стороны, и _____, именуем__ в дальнейшем "Профильная организация", в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, именуемые по отдельности "Сторона", а вместе - "Стороны", заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет Договора

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее - практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложением № 1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в приложении № 1 к настоящему Договору (далее - компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение № 2).

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Организация обязана:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2 назначить руководителя по практической подготовке от Организации, который: обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной программы;

организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки,

за жизнь и здоровье обучающихся и работников Организации, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.1.3 при смене руководителя по практической подготовке в двухдневный срок сообщить об этом Профильной организации;

2.1.4 установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;

2.1.5 направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки.

2.2. Профильная организация обязана:

2.2.1 создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.2.2 назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

2.2.3 при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в двухдневный срок сообщить об этом Организации;

2.2.4 обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.2.5 проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Организации об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

2.2.6 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации;

2.2.7 провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

2.2.8 предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Организации возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение № 2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

2.2.9 обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Организации.

2.3. Организация имеет право:

2.3.1 осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;

2.3.2 запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

2.4.2 в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить

реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося.

3. Дополнительные условия

3.1. Практическая подготовка обучающихся с ограниченными возможностями здоровья проходит с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (часть 3 статья 79 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

4. Срок действия договора

4.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до полного исполнения Сторонами обязательств.

5. Заключительные положения

5.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

5.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

5.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

6. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

Организация

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Кубанский
государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская,
149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-
17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru

Проректор по учебной работе,
качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

(подпись)

(Ф.И.О.)

к договору о практической
подготовке обучающихся
№ _____ от _____ г.

г. Краснодар

« ____ » _____ 20__ г.

Наименование основной профессиональной образовательной программы

| № п/п | Наименование помещений профильной организации, используемых для организации практической подготовки | Адрес помещения профильной организации используемого для организации практической подготовки | Обеспечение техникой (оборудованием) в помещениях, используемых для организации практической подготовки (да/нет) |
|-------|---|--|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Стороны подтверждают, что помещения отвечают безопасным условиям организации практической подготовки, техника (оборудование), которая используется для организации практической подготовки обучающихся, находится в технически исправном состоянии

Организация

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская, 149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru

Проректор по учебной работе,
качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

_____ (подпись) (Ф.И.О.)

Приложение 8
к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке
обучающихся в ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный университет» и его
филиалах

Декану/Директору _____

ФГБОУ ВО «КубГУ»

Ф.И.О. заведующего кафедрой,
должность, ученая степень
от студента _____

(Ф.И.О., курс, форма обучения,
направление подготовки /
специальности)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу считать местом прохождения _____
(указать компонент образовательной программы) в форме практической подготовки с
«___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г. в «_____»
(полные реквизиты организации, Ф.И.О., должность руководителя).

Дата и подпись студента

Индивидуальное задание по учебной практике (Профессионально-ознакомительная. Часть 2)

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

Провести анализ ЦА (*информационные потребности посетителей сайта*), используя опросные методы (интервью, анкета, опрос)

Пример использования опросных методов.

Цель исследования _____

Задачи исследования _____

Выборка исследования _____

База исследования _____

Инструкция

Опрос

Информационное наполнение сайта:

- уникальное и полезное содержание;
- соответствие тематике ресурса;
- выразительность сообщения (краткость, ясность, доступный язык);
- тексты подготовлены для публикации в интернете, нет ошибок орфографии и стиля;
- привлекает внимание, задерживает на сайте;
- вызывает потребность совершения действий на сайте;
- дает четкое представление о компании и/или ее продукции;
- новости компании регулярно обновляются;
- достоверная и актуальная информация о продуктах (услугах).

Структура и навигационные функции:

- сайт имеет четкую структуру; иерархия разделов отражает приоритеты посетителя;
- развитое меню, система ссылок, позволяющие быстро добраться до нужного места;
- эффективная система поиска на сайте;
- легко охватить содержание сайта как вглубь, так и вширь;
- соответствует предназначению сайта (информационный портал, интернет-магазин и др.).

Визуальное оформление:

- высокое качество и уместность отдельных элементов дизайна, неназойливая анимация;
- в график сайта использовано разумное количество цветов и шрифтов;
- соответствие модным тенденциям, уровню работ лидирующих дизайн студий;
- способность производить впечатление на посетителя или даже поражать его;
- сайт выделяется или не проваливается на фоне аналогичных проектов;
- сайт не выглядит как кустарная, любительская работа.

Функциональность:

- сайт быстро загружается, независим от устройства, операционной системы, браузера, разрешения экрана;
- все ссылки «живые»;
- технологии применяются к месту и отвечают предполагаемой аудитории;
- технологии не бросаются в глаза, не мешают задаче вовлечения посетителя;
- отсутствуют сбои, зависания из-за технических ошибок или/и перегруженности технологиями.

Интерактивность:

- наличие подсказок для посетителей;
- возможности диалога, двустороннего обмена информацией как в чатах, на форумах;
- возможность общения с администратором сайта по скайпу, в режиме телеконференции.

Общее впечатление:

- желание поставить лайк, создать закладку, переслать адрес сайта приятелю, в соцсети;
- после получения искомой информации хочется продолжить путешествие по сайту;
- пользователь ощущает отличие интернет-ресурса от журнала или телевизора.

Спасибо за участие!

Вопросы могут варьироваться в зависимости от цели и задач.

Далее используя описательную статистику (качественный анализ данных), разрабатываются рекомендации по модернизации сайта и информационного наполнения.

ПК-1 - способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ

Провести SWOT-анализ и на его основе разработать план-проект маркетинговой стратегии организации

SWOT-анализ - метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории:

- Strengths (сильные стороны),
- Weaknesses (слабые стороны),
- Opportunities (возможности),
- Threats (угрозы).

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом). Например, предприятие управляет собственным торговым ассортиментом - это фактор внутренней среды, но законы о торговле не подконтрольны предприятию - это фактор внешней среды.

SWOT - анализ



ПК-4

Анализ информационного наполнение сайта (контент)

Критерии, которым должна отвечать информация, представленная на веб-сайте:

- соответствие целям создания сайта;
- учет особенностей целевой аудитории пользователей;
- наличие уникальности, что позволяет привлекать и удерживать внимание пользователей;
- оперативность, т.е. для поддержания интереса к странице информацию и элементы оформления необходимо постоянно обновлять и модернизировать (чтобы показать пользователям, что страница обновляется, можно указать на ней дату создания и последнего обновления, размещать новости с указанием даты и др.);
- отсутствие излишне рекламного, навязчивого характера;
- объективность, достоверность, актуальность.

Информация на веб-страницах представлена в виде текстов, графических изображений, звука, видео и анимации.

Все эти средства должны использоваться таким образом, чтобы помочь ответить пользователю на следующие вопросы:

- Что представляют собой сайт и владелец сайта?
- Каков род деятельности организации - владельца сайта?
- Чем отличается сайт от всех остальных?

Обратите внимание на аспекты представления информации.

1. *Тип и формат представления информации на веб-странице.* Мультимедийные материалы (графика, анимация, звук, видео) повышают эффективность восприятия сообщений и позволяют сократить текст. Однако большое количество графики ведет к увеличению времени загрузки, которой пользователь может и не дожидаться.

2. *Структурирование информации* предполагает выделение разделов и подразделов, а также определение того, что будет содержаться на каждой страничке.

3. *Форма подачи информации.* Важно контролировать последовательность восприятия информации на сайте. Из-за дефицита внимания часто самые важные аргументы располагают в начале текста, а второстепенные — ближе к концу. Этот принцип справедлив как для сайта в целом, так и для каждой отдельной страницы в частности. В этой связи самые строгие требования предъявляются к входным страницам.

4. *Тип страницы.* Все страницы можно разделить на входные и выходные.

«Входные» страницы являются стартовыми в работе с сайтом, поэтому они должны давать пользователю четкое представление о том, на каком сайте он находится и что имеется в его распоряжении. Домашняя страница обычно является первой входной страницей, но в зависимости от назначения сайта в качестве входных могут быть использованы и другие страницы.

Одной из основных входных страниц является заставка (splash- page) — это страница, которая используется как обложка для представления сайта с целью произвести эффект и привлечь внимание. Заставка используется для того, чтобы задать стиль сайта с помощью средств анимации, графики и звука. Очень важно предусмотреть на заставке очевидную ссылку для быстрого перехода на сайт, так как не все пользователи захотят просмотреть заставку полностью.

Домашняя, или заглавная, страница (home-page) выполняет множество функций: определяет входную точку, указывает на обновления, является основным ориентиром навигации. Пользователи будут устанавливать закладку на нее либо набирать непосредственно ее URL. Домашняя страница задает стиль всему сайту, но в то же время значительно отличается по внешнему виду от других страниц. Именно эта страница остается в памяти посетителя сайта. Поэтому на ней должны присутствовать фирменный знак и другие фирменные константы, которые задают стиль оформления и идентифицируют компанию.

Внутренние страницы не должны быть оформлены, как страница или заставка. Однако внутренние страницы должны следовать примеру домашней страницы, кроме случаев, когда они выполняют роль страниц-ориентиров.

*Внутренние страницы должны соответствовать стилю домашней страницы. Содержательные страницы могут включать, например, **пресс- релизы, описание продукции, биографии и историю фирмы, рассказы, учебные пособия, базы данных, часто задаваемые вопросы** и т.д.*

Выходные страницы обозначают итог посещения. Чувство законченности создает позитивное ощущение у пользователя при выходе с сайта. Именно содержательные страницы становятся, как правило, выходными страницами, поскольку там размещается то, что ищет пользователь.

Все страницы сайта можно разделить на следующие типы:

- заставки (splash-page) и главная страница (home-page), являющиеся обложкой сайта;
- содержательные страницы, где излагается основная информация;
- страницы со специфической информацией: описание соблюдения конфиденциальности информации, юридическая информация и т.п.;
- страницы, предназначенные для печати;
- страницы для решения специфических задач, где располагаются гостевые книги, форумы, чаты, формы заказа товара и т.д.
- навигационные страницы, предоставляющие специфические возможности поиска информации. К ним относятся карта сайта, глоссарий, страница расширенного поиска и т.д. *Карта сайта должна присутствовать на любом ресурсе. Она представляет*

собой структурный обзор сайта, демонстрирующий страницы, которые связаны между собой структурной близостью и тематической схожестью.

5. *Количество и размер страниц сайта.* Размер главной страницы не должен превышать 70 Кбайт, для всех остальных страниц требования к размеру еще жестче.

6. *Пополнение и актуализация информации.* Сайт периодически необходимо обновлять для того, чтобы он не терял ценности для пользователя. Обновление касается и внешнего вида, и информационного наполнения. Однако общая концепция не должна меняться. Необходимость изменений связана с сенсорной адаптацией, т.е. привыканием и утратой внимания. Каждый новый визит на сайт должен давать что-то новое для пользователя. К тому же, мобильность — показатель динамичного развития компании и сайта.

Некоторые сведения следует указывать на каждой странице. К ним относятся электронный адрес, название компании и сведения об авторском праве, контактная информация.

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Т.А. Хагуров

«28» мая 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Б2.О.02.01 (П) ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ
ПРАКТИКА**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

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 СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

Рабочая программа Производственной практики Профессионально-творческая 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):

Ю.Е. Николаева, старший преподаватель
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа Производственной практики Профессионально-творческая практика утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы


подпись

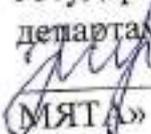
Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

 А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

 М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»

1. Цели практики.

Целью прохождения производственной практики (профессионально-творческой практики) является приобретение практических навыков (опыта практической деятельности) по созданию, редактированию информационного контента в СМИ и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-1; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4.

2. Задачи практики:

В задачи производственной практики (профессионально-творческой практики) входит:

- приобретение практических навыков (опыта практической деятельности) в использовании знаний, умений и навыков, полученных в ходе лекционных, практических, лабораторных занятий;
- разработка маркетинговой стратегии организации;
- оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ;
- организация работы по созданию и редактированию контента сайта;
- создание медиа-проекта или коммуникационного продукта
- мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.

3. Место практики в структуре ООП.

Производственная практика (профессионально-творческая практика) относится обязательной части Блока 2 ПРАКТИКА.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»; «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»; «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью»; «Основы проектной деятельности»; «Социология массовых коммуникаций»; «Психология массовых коммуникаций» «Управление информацией в современном медиапространстве».

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 практики.

Тип производственной практики: профессионально-творческая.

Способ проведения производственной практики: стационарная, выездная.

Практика проводится в дискретной форме (непрерывно).

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---------------------------------|
| ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| | |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---|
| <p>ИОПК - 1.1 Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> <p>ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)</p> | <p>Анализ электронных информационных ресурсов.</p> <p>Создание медиапродукта:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) фоновую информацию (бэкграундер); 2) пресс-релиз; 3) подборки (медиа-кит, пресс-кит, медиа-набор) материалов; 4) ответные сообщения; 5) занимательные статьи; 6) кейс-истории, или случай-истории; 7) авторские статьи; 8) обзорные статьи; 9) проблемные статьи; 10) факт-листы; 11) формы «Вопрос ответ»; 12) интервью; 13) биографии; 14) фотографии; 15) заявления. <p>Аналитический отчет</p> |
| <p>ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ</p> | |
| <p>ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований.</p> | <p>Сбор и анализ документации. Аналитический отчет</p> |
| <p>ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.</p> | <p>SWOT-анализ</p> |
| <p>ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.</p> | <p>План-проект маркетинговой стратегии</p> |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---|
| ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | |
| <p>ИПК -2.1 Знает особенности продвижения продукции СМИ.</p> <p>ИПК – 2.2 Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> <p>ИПК – 2.3 Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> | <p>Разработка брендбука и гайдлайна (руководство по фирменному стилю).</p> <p>Разработка правил, регулирующих использование логотипа и констант фирменного стиля: цветовая палитра, типографику, иконографику, фотостиль</p> <p>Презентационные материалы. Опросные методы (интервью, анкета, беседа). Описательная статистика.</p> |
| ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | |
| <p>ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта.</p> <p>ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> <p>ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта</p> | <p>Работа с информационными источниками</p> <p>Создание и редактирование информационного контента сайта</p> <p>Анализ информационного контента сайта</p> |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| <p>ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>ИПК 4.3 Владеет м методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> | <p>Опросные методы (интервью, анкета, беседа)</p> <p>Описательная статистика</p> <p>Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы.</p> |

6. Структура и содержание практики

Объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов), в том числе 144 часов в форме практической подготовки. Продолжительность практики 4 недели. Время проведения практики 6 семестр.

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) |
|----------|--|---|-------------------------------|
| 1. | Подготовительный этап | Установочная лекция по практике, составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики | 1-2 дня |
| 2. | Производственный этап | Изучение базы практики, учебно-методической документации, нормативной документации. Индивидуальная и групповая работа по выполнению задания программы практики, в том числе индивидуального задания, анализу информационных источников, сбору дополнительной информации, обработке и систематизации собранного материала. Мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта, анализ эффективности результатов продвижения продукции СМИ | 1 неделя |
| 3. | Практическая подготовка | Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (анализ информационных потребностей целевой аудитории, описать и проанализировать сайт и социальные сети организации, разработать план-проект маркетинговой стратегии, подготовка макета рекламных и PR материалов) Бренд БУК | 1-4 неделя |

| | | | |
|----|--|---|----------|
| | | https://brenda.ru/blog-25-luchshih-brendbukov-i-gajdlajnov | |
| 4. | Подготовка отчетных документов по практике | Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике | 4 неделя |

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

7. Формы образовательной деятельности в ходе прохождения обучающимися практики

Практика проводится:

в форме контактной работы обучающихся с руководителем практики от университета включает в себя проведение установочной и заключительной конференций, составление рабочего графика (плана) проведения практики, разработке индивидуальных заданий, выполняемых в период практики, оказание методической помощи по вопросам прохождения практики, осуществление текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

в форме практической подготовки путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

в форме самостоятельной работы обучающихся;

в иных формах, к которым относится проведение руководителем практики от профильной организации инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также с правилами внутреннего трудового распорядка, согласование индивидуальных заданий, содержания и планируемых результатов практики, осуществление координационной работы и консультирования обучающихся в период прохождения практики, оценка результатов прохождения практики.

8. Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается письменный отчет. Макет отчета по практике приведен в приложении к РПП.

9. Образовательные технологии, используемые на практике

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций руководителей практики от университета и руководителей практики от профильной организации, 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.

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении практики являются:

1. учебная литература;
2. нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики

Содержание практики

Самостоятельная работа обучающихся 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
- работу с научной, учебной и методической литературой,
- работа с конспектами лекций, ЭБС.
- и т.д.

11. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся | Код и наименование индикатора | Формы текущего контроля | Описание показателей и критериев оценивания индикаторов на различных этапах их формирования |
|-------|--|---------------------------------------|--|---|
| 1. | Подготовительный этап Установочная лекция по практике, составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики | ОПК-1 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4 | Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике Устный опрос | Работа с электронными информационными источниками. ЭБС |
| 2. | Производственный этап Изучение базы практики, учебно-методической документации, нормативной документации. Индивидуальная и групповая работа по | ОПК-1 ПК-1 ПК-2 | Собеседование Проверка выполнения индивидуальных заданий (оформление дневника | Сбор и анализ документации. Аналитический отчет |

| | | | | |
|----|--|--|--|---|
| | <p>выполнению задания программы практики, в том числе индивидуального задания, анализу информационных источников, сбору дополнительной информации, обработке и систематизации собранного материала.</p> <p>Мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> | <p>ПК-3 ПК-4</p> | <p>практики и раздела отчета)</p> | |
| 3. | <p>Практическая подготовка</p> <p>Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.</p> | <p>ОПК-1 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4</p> | <p>Проверка индивидуального задания и промежуточных этапов его выполнения (оформление дневника практики и раздела отчета</p> | <p>План-проект маркетинговой стратегии Бренд-бук (медиапродукт)</p> |
| 4. | <p>Подготовка отчетных документов по практике</p> <p>Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике</p> | <p>ОПК-1 ПК-1 ПК-2 ПК-3 ПК-4</p> | <p>Проверка: оформления отчета</p> | <p>Защита отчета</p> |

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки отчета. Отчет обязательно должен быть заверен подписью руководителя практики от университета и от профильной организации (в случае прохождения практики в профильной организации).

Критерии оценивания результатов обучения

| | |
|--------|---|
| Оценка | Критерии оценивания по дифференцированному зачету |
|--------|---|

| | |
|--|--|
| <p>Высокий уровень «5» (отлично)</p> | <p>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</p> |
| <p>Средний уровень «4» (хорошо)</p> | <p>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</p> |
| <p>Пороговый уровень «3» (удовлетворительно)</p> | <p>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</p> |
| <p>Минимальный уровень «2» (неудовлетворительно)</p> | <p>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</p> |

12. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

12.1. Учебная литература

1. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 363 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04357-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/450157> (дата обращения: 24.05.2021).

2. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851> (дата обращения: 21.05.2021).

3. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов : [16+] / И. В. Кирия, А. А. Новикова. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 424 с. : ил. — (Учебники Высшей школы экономики). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471753> (дата обращения: 28.05.2021). — Библиогр.: с. 401-414. — ISBN 978-5-7598-2116-8. — Текст : электронный.

4. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/484940> (дата обращения: 21.05.2021).

5. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/470442> (дата обращения: 21.05.2021).

6. Музыкант, В. Л. Эффективный копирайтинг в системе бренд-коммуникаций (онлайн- и офлайн-среда) / В. Л. Музыкант, Д. С. Скарнев. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 274 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495064> (дата обращения: 28.05.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-4475-9709-2. — Текст : электронный.

12.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

12.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
3. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ) <https://rusneb.ru/>
4. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prilib.ru/>
5. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
6. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/>.

6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
8. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
9. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
10. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
11. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
12. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

13. Методические указания для обучающихся по прохождению производственной практики

Перед началом производственной практики 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.

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.

14. Материально-техническое обеспечение практики

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование помещений | Оснащенность помещений | Перечень лицензионного |
|------------------------|------------------------|------------------------|
|------------------------|------------------------|------------------------|

| для самостоятельной работы обучающихся | для самостоятельной работы обучающихся | программного обеспечения |
|--|---|---|
| <p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки)</p> | <p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p> | |
| <p>Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.301, 310, 410, 412)</p> | <p>Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi)</p> | <p>(мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт)</p> |

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ)**

период с _____ 20__ г. по _____ 20__ г.

(Ф.И.О. студента)

студента _____ группы _____ курса _____ формы обучения

Направление подготовки /специальность _____

Направленность (профиль)/специализация _____

Руководитель практики от университета _____
(ученая степень, ученое звание,
должность, Ф.И.О.)

Оценка по итогам защиты практики: _____

Подпись руководителя практики от университета _____

« ____ » _____ (дата)

Руководитель практики от профильной организации: _____
(ФИО, подпись)

Краснодар 20__ г.

Приложение 2

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД
ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ)**

и планируемые результаты

Студент _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки (специальности) _____

Место прохождения практики _____

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Цель практики – изучение, формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО и учебным планом:

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---|
| ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК - 1.1 Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | Анализ электронных информационных ресурсов. |
| ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). | Создание медиапродукта: 1) фоновую информацию (бэкграундер); 2) пресс-релиз; 3) подборки (медиа-кит, пресс-кит, медиа-набор) материалов; 4) ответные сообщения; 5) занимательные статьи; 6) кейс-истории, или случай-истории; 7) авторские статьи; 8) обзорные статьи; 9) проблемные статьи; 10) факт-листы; 11) формы «Вопрос ответ»; 12) интервью; 13) биографии; 14) фотографии; |
| ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов) | 15) заявления. Аналитический отчет |
| ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|--|
| ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Сбор и анализ документации. Аналитический отчет |
| ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | SWOT-анализ |
| ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | План-проект маркетинговой стратегии |
| ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ | |
| ИПК -2.1 Знает особенности продвижения продукции СМИ. | Разработка брендбука и гайдлайна (руководство по фирменному стилю). |
| ИПК – 2.2 Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. | Разработка правил, регулирующих использование логотипа и констант фирменного стиля: цветовая палитра, типографику, иконографику, фотостиль |
| ИПК – 2.3 Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. | Презентационные материалы. Опросные методы (интервью, анкета, беседа). Описательная статистика. |
| ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | |
| ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | Работа с информационными источниками |
| ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. | Создание и редактирование информационного контента сайта |
| ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта | Анализ информационного контента сайта |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. | Описательная статистика |
| ИПК 4.3 Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

результатов прохождения производственной практики (профессионально-творческой)
по направлению подготовки/специальности

Фамилия И.О студента _____

Курс _____

| № | ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики от профильной организации) | 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 прохождения практики | | | | |

Руководитель практики от профильной организации _____
(подпись) (расшифровка подписи)

| № | СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ИНДИКАТОРЫ КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета) | Оценка | | | |
|----|--|--------|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 1. | ИОПК - 1.1 Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | | | | |
| 2. | ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). | | | | |
| 3. | ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов) | | | | |
| 4. | ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований | | | | |
| 5. | ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | | | | |
| 6. | ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | | | | |
| 7. | ИПК -2.1 Знает особенности продвижения продукции СМИ. | | | | |
| 8. | ИПК – 2.2 Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ. | | | | |

| | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|
| 9. | ИПК – 2.3 Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. | | | | |
| 10. | ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | | | | |
| 11. | ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта | | | | |
| 12. | ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта | | | | |
| 13. | ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации | | | | |
| 14. | ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | | | | |
| 15. | ИПК 4.3 Владеет м методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | | | | |

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Сведения о прохождении инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

(для профильной организации)

Профильная организация _____

Студент _____

(ФИО, возраст)

Дата _____

1. Инструктаж по требованиям охраны труда

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

2. Инструктаж по технике безопасности

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

3. Инструктаж по пожарной безопасности

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

4. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

Приложение 2

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке
обучающихся в ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный университет» и его
филиалах

ОБРАЗЕЦ ГАРАНТИЙНОГО ПИСЬМА
от организации, принимающего студента на практику

ВНИМАНИЕ: гарантийное письмо оформляется на официальном бланке организации с указанием всех его реквизитов, а также исходящего номера, проставляемого канцелярией организации.

Ректору ФГБОУ ВО «КубГУ»
М.Б. Астапову
от директора (президента,
председателя правления и т.п.)
(название организации)
(Ф.И.О. руководителя)

Организация *(название организации)* не возражает о прохождении _____ практики *(название практики)* студентов _____ группы _____ курса, _____ формы обучения, обучающихся по направлению подготовки/специальности *(наименование направления подготовки /специальности)*.

Организация *(название организации)* подтверждает готовность обеспечить прохождение _____ практики студента *(Ф.И.О студента)* в сроки с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г. в соответствии с программой практики.

Руководителем _____ практики студента *(Ф.И.О. студента)* от организации назначается *(Ф.И.О. руководителя)*, контактный телефон (номер контактного телефона руководителя практики).

Назначенный руководитель соответствует требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности.

(подпись руководителя предприятия) (расшифровка подписи) (дата)

Приложение 7

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке обучающихся
в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
университет» и его филиалах

Договор № _____
о практической подготовке обучающихся

г. Краснодар

«___» _____ 20__ г.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» именуемое в дальнейшем "Организация", в лице проректора по учебной работе, качеству образования - первого проректора Хагурова Темыра Айтчевича, действующего на основании доверенности от 01.03.2021 № 170/01, с одной стороны, и _____, именуем _____ в дальнейшем "Профильная организация", в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, именуемые по отдельности "Сторона", а вместе - "Стороны", заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет Договора

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее - практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложением № 1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в приложении № 1 к настоящему Договору (далее - компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение № 2).

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Организация обязана:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2 назначить руководителя по практической подготовке от Организации, который: обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной программы; организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью; оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Организации, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.1.3 при смене руководителя по практической подготовке в двухдневный срок сообщить об этом Профильной организации;

2.1.4 установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;

2.1.5 направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки.

2.2. Профильная организация обязана:

2.2.1 создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в

объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;

2.2.2 назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;

2.2.3 при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в двухдневный срок сообщить об этом Организации;

2.2.4 обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

2.2.5 проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Организации об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;

2.2.6 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации;

2.2.7 провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;

2.2.8 предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Организации возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение №2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;

2.2.9 обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Организации.

2.3. Организация имеет право:

2.3.1 осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;

2.3.2 запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

2.4. Профильная организация имеет право:

2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

2.4.2 в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося.

3. Дополнительные условия

3.1. Практическая подготовка обучающихся с ограниченными возможностями здоровья проходит с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (часть 3 статья 79 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

4. Срок действия договора

4.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до полного исполнения Сторонами обязательств.

5. Заключительные положения

5.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

5.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

5.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

6. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

Организация

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Кубанский
государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская,
149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-
17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru

Проректор по учебной работе,
качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

(подпись) (Ф.И.О.)

Приложение № 1
к договору о практической
подготовке обучающихся
№ _____ от _____ г.

г. Краснодар

« ____ » _____ 20__ г.

Наименование основной профессиональной образовательной программы

| № п/п | Наименование компонента образовательной программы, реализуемого в форме практической подготовки | Количество обучающихся, осваивающих компонент образовательной программы /ФИО студента | Сроки организации практической подготовки при реализации компонента образовательной программы | Объем времени, отводимый на реализацию компонента образовательной программы в форме практической подготовки (в академических часах или з.е.) |
|-------|---|---|---|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Организация

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская, 149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru
Проректор по учебной работе, качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

(подпись) (Ф.И.О.)

Приложение № 2
к договору о практической
подготовке обучающихся
№ _____ от _____ г.

г. Краснодар

« ____ » _____ 20__ г.

Наименование основной профессиональной образовательной программы

| № п/п | Наименование помещений профильной организации, используемых для организации практической подготовки | Адрес помещения профильной организации используемого для организации практической подготовки | Обеспечение техникой (оборудованием) в помещениях, используемых для организации практической подготовки (да/нет) |
|-------|---|--|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Стороны подтверждают, что помещения отвечают безопасным условиям организации практической подготовки, техника (оборудование), которая используется для организации практической подготовки обучающихся, находится в технически исправном состоянии

Организация

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская, 149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru

Проректор по учебной работе,
качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

_____ (подпись) (Ф.И.О.)

Приложение 8

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке
обучающихся в ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный университет» и его
филиалах

Декану/Директору _____

ФГБОУ ВО «КубГУ»

Ф.И.О. заведующего кафедрой,
должность, ученая степень
от студента _____

(Ф.И.О., курс, форма обучения,
направление подготовки /
специальности)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу считать местом прохождения _____
(указать компонент образовательной программы) в форме практической подготовки с
«___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г. в «_____»
(полные реквизиты организации, Ф.И.О., должность руководителя).

Дата и подпись студента

Индивидуальное задание по производственной практике (профессионально-творческой практике)

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

Выбрать и описать один из следующих материалов

С целью создания и поддержания позитивного общественного мнения о себе фирма должна предоставлять прессе следующие материалы:

- 1) фоновую информацию (бэкграундер);
- 2) пресс-релиз;
- 3) подборки (медиа-кит, пресс-кит, медиа-набор) материалов;
- 4) ответные сообщения;
- 5) занимательные статьи;
- 6) кейс-истории, или случай-истории;
- 7) авторские статьи;
- 8) обзорные статьи;
- 9) проблемные статьи;
- 10) факт-листы;
- 11) формы «Вопрос ответ»;
- 12) интервью;
- 13) биографии;
- 14) фотографии;
- 15) заявления.

ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ

Провести SWOT-анализ и на его основе разработать план-проект маркетинговой стратегии организации

SWOT-анализ - метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории:

1. Strengths (сильные стороны),
2. Weaknesses (слабые стороны),
3. Opportunities (возможности),
4. Threats (угрозы).

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (O) и угрозы (T) являются факторами внешней среды (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом). Например, предприятие управляет собственным торговым ассортиментом - это фактор внутренней среды, но законы о торговле не подконтрольны предприятию - это фактор внешней среды.

ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Этапы разработки брендбука.

На первом этапе наши специалисты собирают и систематизируют информацию о пожеланиях заказчика, после чего разрабатывают бриф, согласно которому составляют структуру брендбука.

Далее они анализируют деятельность конкурентов на рынке, создают несколько концепций и выбирают подходящую.

Миссия и ценности.

Целевая аудитория.

Индивидуальность.

Основные элементы брендбука:

Обложка

Содержание

Руководство по логотипу

Руководство по цвету

Руководство по шрифтам

Руководство по графике и фотографиям

Позиционирование

ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере

ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта

Критерии, которым должна отвечать информация, представленная на веб-сайте:

- соответствие целям создания сайта;
- учет особенностей целевой аудитории пользователей;
- наличие уникальности, что позволяет привлекать и удерживать внимание пользователей;
- оперативность, т.е. для поддержания интереса к странице информацию и элементы оформления необходимо постоянно обновлять и модернизировать (чтобы показать пользователям, что страница обновляется, можно указать на ней дату создания и последнего обновления, размещать новости с указанием даты и др.);
- отсутствие излишне рекламного, навязчивого характера;
- объективность, достоверность, актуальность.

Информация на веб-страницах представлена в виде текстов, графических изображений, звука, видео и анимации.

Все эти средства должны использоваться таким образом, чтобы помочь ответить пользователю на следующие вопросы:

Что представляют собой сайт и владелец сайта?

Каков род деятельности организации - владельца сайта?

Чем отличается сайт от всех остальных?

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор



Т.А. Хагуров

мая 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
Б2.О.02.02 (ПД) ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

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 СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

Рабочая программа Производственной практики 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, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Рабочая программа Производственной практики Преддипломная практика утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы


подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:

 А.А. Минский, ведущий консультант отдела реализации государственной политики в области информационного обеспечения департамента информационной политики Краснодарского края

 М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»

1. Цели практики.

Целью прохождения производственной практики (преддипломной практики) является написание выпускной квалификационной работы и формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО: ОПК-1; ПК-1; ПК-3; ПК-4.

2. Задачи практики:

В задачи производственной практики (преддипломной практики) входит: сбор, обработка и анализ материала для выполнения выпускной квалификационной работы;

3. Место практики в структуре ООП.

Производственная практика (преддипломная практика) относится к обязательной части Блока 2 ПРАКТИКА.

Она базируется на освоении следующих общепрофессиональных дисциплин: «Информационно-коммуникационные технологии и анализ данных», «Интегрированные коммуникации в рекламе и связях с общественностью»; «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью»; «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»; «Основы проектной деятельности»; «Социология массовых коммуникаций»; «Психология массовых коммуникаций».

Обучающийся должен обладать «входными» знаниями и умениями, приобретенными в результате освоения предшествующих частей основной образовательной программы. Преддипломная практика проводится в восьмом семестре как самостоятельная работа студентов. Результатом прохождения преддипломной практики является подготовка 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 практики.

Тип производственной практики: преддипломная.

Способ проведения производственной практики: стационарная, выездная.

Практика проводится в дискретной форме (непрерывно).

5. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.

В результате прохождения практики студент должен приобрести следующие компетенции в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом.

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|--|
| ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК - 1.1 Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | Работа с информационными источниками по теме ВКР |
| | Реферативный обзор по теме ВКР |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|--|
| <p>ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> <p>ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)</p> | <p>Анализ отечественных и зарубежных информационных ресурсов по теме ВКР</p> |
| ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Сбор и анализ документации по теме ВКР. Аналитический отчет о состоянии о степени разработанности проблемы ВКР |
| ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации. | План-проект маркетинговой стратегии |
| ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ. | Описательная статистика: исследование PR и рекламных технологий в границах проблемного поля ВКР |
| ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | |
| ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | Анализ информационного контента, представленного в сети Интернет по теме ВКР |
| ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. | Реферативный обзор актуальных информационных баз данных по теме ВКР |
| ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта | Создание плана-проекта информационного сопровождения сайта организации |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | |
| ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации. | Опросные методы (интервью, анкета, беседа) |
| ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной | Описательная статистика |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|---|---|
| инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта. ИПК 4.3 Владеет м методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы. |

6. Структура и содержание практики

Объем практики составляет 21 зачетных единиц (756 часов), в том числе 680 часов в форме практической подготовки. Продолжительность практики ??? недель. Время проведения практики 8 семестр.

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) |
|-------|--|--|-------------------------------|
| 1. | Подготовительный этап | Установочная лекция по практике, составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики | 1-2 дня |
| 2. | Производственный этап | Изучение базы практики, учебно-методической документации, нормативной документации. Индивидуальная и групповая работа по выполнению задания программы практики, в том числе индивидуального задания (подготовка реферативного обзора по теме ВКР), анализу информационных источников, сбору дополнительной информации, обработке и систематизации собранного материала. | 1-2 неделя |

| | | | |
|----|--|---|------------|
| 3. | Практическая подготовка | Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью (подготовка презентационных материалов по теме ВКР). | 1-4 неделя |
| 4. | Подготовка отчетных документов по практике | Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике | 4 неделя |

Продолжительность каждого вида работ, предусмотренного планом, уточняется студентом совместно с руководителем практики.

Форма промежуточной аттестации - дифференцированный зачет с выставлением оценки.

7. Формы образовательной деятельности в ходе прохождения обучающимися практики

Практика проводится:

в форме контактной работы обучающихся с руководителем практики от университета включает в себя проведение установочной и заключительной конференций, составление рабочего графика (плана) проведения практики, разработке индивидуальных заданий, выполняемых в период практики, оказание методической помощи по вопросам прохождения практики, осуществление текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

в форме практической подготовки путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

в форме самостоятельной работы обучающихся;

в иных формах, к которым относится проведение руководителем практики от профильной организации инструктажа обучающихся по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также с правилами внутреннего трудового распорядка, согласование индивидуальных заданий, содержания и планируемых результатов практики, осуществление координационной работы и консультирования обучающихся в период прохождения практики, оценка результатов прохождения практики.

8. Формы отчетности практики

В качестве основной формы отчетности по практике устанавливается письменный отчет. Макет отчета по практике приведен в приложении к РПП.

9. Образовательные технологии, используемые на практике

При проведении практики используются образовательные технологии в форме консультаций руководителей практики от университета и руководителей практики от профильной организации, 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.

10. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов на практике

Учебно-методическим обеспечением самостоятельной работы студентов при прохождении практики являются:

1. учебная литература;
2. нормативные документы, регламентирующие прохождение практики студентом;
3. методические разработки для студентов, определяющие порядок прохождения и содержание практики

Самостоятельная работа обучающихся 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
- работу с научной, учебной и методической литературой,
- работа с конспектами лекций, ЭБС.
- и т.д.

11. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике.

Структура оценочных средств для текущей и промежуточной аттестации

| № п/п | Разделы (этапы) практики по видам учебной деятельности, включая самостоятельную работу обучающихся | Код и наименование индикатора | Формы текущего контроля | Описание показателей и критериев оценивания индикаторов на различных этапах их формирования |
|-------|---|---|---|---|
| 1. | <p>Подготовительный этап</p> <p>Установочная лекция по практике, составление рабочего графика (плана) проведения практики, проведение инструктажа по технике безопасности на предприятии, по требованиям охраны труда, по пожарной безопасности. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка. Согласование индивидуального задания, содержания и планируемых результатов практики</p> | <p>ОПК-1 ПК-1 ПК-3 ПК-4</p> | <p>Записи в журнале инструктажа. Записи в дневнике Устный опрос</p> | <p>Работа с информационными источниками по теме ВКР (отечественными и зарубежными)</p> |
| 2. | <p>Производственный этап</p> | | <p>Собеседование</p> | |

| | | | | |
|----|---|---|---|---|
| | <p>Изучение базы практики, учебно-методической документации, нормативной документации.</p> <p>Индивидуальная работа по выполнению задания программы практики, в том числе индивидуального задания, анализу информационных источников, сбору дополнительной информации, обработке и систематизации собранного материала.</p> <p>Мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта в рамках ВКР</p> | <p>ОПК-1 ПК-1 ПК-3 ПК-4</p> | <p>Проверка выполнения индивидуальных заданий (оформление дневника практики и раздела отчета)</p> | <p>Сбор и анализ документации. Аналитический отчет</p> |
| 3. | <p>Практическая подготовка</p> <p>Выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.</p> | <p>ОПК-1 ПК-1 ПК-3 ПК-4</p> | <p>Проверка индивидуального задания и промежуточных этапов его выполнения (оформление дневника практики и раздела отчета)</p> | <p>Реферативный обзор по теме ВКР (подготовка презентационных материалов)</p> |
| 4. | <p>Подготовка отчетных документов по практике</p> <p>Подготовка отчета по практике, дневника практики, получение характеристики с места прохождения практики с указанием рекомендуемой оценки, заполнение оценочного листа. Итоговая конференция по практике</p> | <p>ОПК-1 ПК-1 ПК-3 ПК-4</p> | <p>Проверка: оформления отчета</p> | <p>Защита отчета</p> |

Текущий контроль предполагает контроль ежедневной посещаемости студентами рабочих мест в организации и контроль правильности формирования компетенций.

Промежуточный контроль предполагает проведение по окончании практики проверки отчета. Отчет обязательно должен быть заверен подписью руководителя практики от

университета и от профильной организации (в случае прохождения практики в профильной организации).

Критерии оценивания результатов обучения

| Оценка | Критерии оценивания по дифференцированному зачету |
|---|---|
| Высокий уровень «5» (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 |
| Средний уровень «4» (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 |
| Пороговый уровень «3» (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 |
| Минимальный уровень «2» (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 |

12. Перечень учебной литературы, информационных ресурсов и технологий

12.1. Учебная литература

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851> (дата обращения: 21.05.2021).

2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475753> (дата обращения: 24.05.2021).

3. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453915> (дата обращения: 10.06.2021).

4. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 538 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142> (дата обращения: 31.05.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст : электронный.

5. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).

6. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).

7. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работ и магистерской диссертации: учеб.-метод. указания / сост. М.Б. Астапов, Ж.О. Карапетян, О.А. Бондаренко. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2019. 52 с. — URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/normokontrol_2019_c.pdf

12.2. Периодическая литература

1. Базы данных компании «Ист Вью» <http://dlib.eastview.com>
2. Электронная библиотека GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

12.3. Интернет-ресурсы, в том числе современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

1. ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
2. ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru
3. ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>
4. ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com
5. ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Профессиональные базы данных:

1. Научная электронная библиотека (НЭБ) <http://www.elibrary.ru/>
2. Полнотекстовые архивы ведущих западных научных журналов на Российской платформе научных журналов НЭИКОН <http://archive.neicon.ru>
3. Национальная электронная библиотека (доступ к Электронной библиотеке диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)) <https://rusneb.ru/>
4. Президентская библиотека им. Б.Н. Ельцина <https://www.prlib.ru/>
5. "Лекториум ТВ" <http://www.lektorium.tv/>
6. Университетская информационная система РОССИЯ <http://uisrussia.msu.ru>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс - справочная правовая система (доступ по локальной сети с компьютеров библиотеки)

Ресурсы свободного доступа:

1. КиберЛенинка (<http://cyberleninka.ru/>);
2. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://www.minobrnauki.gov.ru/>;
3. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru/>;
4. Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам" <http://window.edu.ru/>;
5. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru/> .
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (<http://fcior.edu.ru/>);
7. Проект Государственного института русского языка имени А.С. Пушкина "Образование на русском" <https://pushkininstitute.ru/>;
8. Справочно-информационный портал "Русский язык" <http://gramota.ru/>;
9. Служба тематических толковых словарей <http://www.glossary.ru/>;
10. Словари и энциклопедии <http://dic.academic.ru/>;
11. Образовательный портал "Учеба" <http://www.ucheba.com/>;
12. Законопроект "Об образовании в Российской Федерации". Вопросы и ответы http://xn--273--84d1f.xn--plai/voprosy_i_otvety

Собственные электронные образовательные и информационные ресурсы КубГУ:

1. Среда модульного динамического обучения <http://moodle.kubsu.ru>
2. База учебных планов, учебно-методических комплексов, публикаций и конференций <http://mschool.kubsu.ru/>
3. Библиотека информационных ресурсов кафедры информационных образовательных технологий <http://mschool.kubsu.ru;>
4. Электронный архив документов КубГУ <http://docspace.kubsu.ru/>
5. Электронные образовательные ресурсы кафедры информационных систем и технологий в образовании КубГУ и научно-методического журнала "ШКОЛЬНЫЕ ГОДЫ" <http://icdau.kubsu.ru/>

13. Методические указания для обучающихся по прохождению производственной практики

Перед началом производственной практики 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.

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.

14. Материально-техническое обеспечение практики

Для самостоятельной работы обучающихся предусмотрены помещения, укомплектованные специализированной мебелью, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

| Наименование помещений для самостоятельной работы обучающихся | Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся | Перечень лицензионного программного обеспечения |
|---|--|--|
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (читальный зал Научной библиотеки) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | |
| Помещение для самостоятельной работы обучающихся (ауд.301, 310, 410, 412) | Мебель: учебная мебель Комплект специализированной мебели: компьютерные столы Оборудование: компьютерная техника с подключением к информационно-коммуникационной сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду образовательной организации, веб-камеры, коммуникационное | (мультимедийная аудитория с выходом в ИНТЕРНЕТ: комплект учебной мебели - 16 шт.; доска учебная.; ПЭВМ учебная - 1 шт.; ПЭВМ преподавателя 1 шт., комплект аудиозаписывающего оборудования, микшерный пульт) |

| | | |
|--|---|--|
| | оборудование, обеспечивающее доступ к сети интернет (проводное соединение и беспроводное соединение по технологии Wi-Fi) | |
|--|---|--|

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ 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
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ)**

период с _____ 20__ г. по _____ 20__ г.

(Ф.И.О. студента)

студента _____ группы _____ курса _____ формы обучения

Направление подготовки /специальность _____

Направленность (профиль)/специализация _____

Руководитель практики от университета _____
(ученая степень, ученое звание,
должность, Ф.И.О.)

Оценка по итогам защиты практики: _____

Подпись руководителя практики от университета _____

« ____ » _____ (дата)

Руководитель практики от профильной организации: _____
(ФИО, подпись)

Краснодар 20__ г.

Приложение 2

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ, ВЫПОЛНЯЕМОЕ В ПЕРИОД
ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
(ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ) и планируемые результаты**

Студент _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Направление подготовки (специальности) _____

Место прохождения практики _____

Срок прохождения практики с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Цель практики – изучение, формирование следующих компетенций, регламентируемых ФГОС ВО и учебным планом:

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|---|
| ОПК-1 способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | |
| ИОПК - 1.1 Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем. | Работа с информационными источниками по теме ВКР |
| ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты). | Реферативный обзор по теме ВКР |
| ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов) | Анализ отечественных и зарубежных информационных ресурсов по теме ВКР |
| ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ | |
| ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований. | Сбор и анализ документации по теме ВКР. Аналитический отчет о состоянии о степени разработанности проблемы ВКР |
| | План-проект маркетинговой стратегии |

| Код и наименование индикатора* | Результаты прохождения практики |
|--|--|
| <p>ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.</p> <p>ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.</p> | <p>Описательная статистика: исследование PR и рекламных технологий в границах проблемного поля ВКР</p> |
| <p>ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере</p> | |
| <p>ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта.</p> <p>ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта.</p> <p>ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта</p> | <p>Анализ информационного контента, представленного в сети Интернет по теме ВКР</p> <p>Реферативный обзор актуальных информационных баз данных по теме ВКР</p> <p>Создание плана-проекта информационного сопровождения сайта организации</p> |
| <p>ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта</p> | |
| <p>ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации.</p> <p>ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.</p> <p>ИПК 4.3 Владеет м методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта.</p> | <p>Опросные методы (интервью, анкета, беседа)</p> <p>Описательная статистика</p> <p>Презентационные материалы: схемы, графики, таблицы.</p> |

Перечень вопросов (заданий, поручений) для прохождения практики

Ознакомлен (студент) _____

ФИО, подпись

Руководитель практики от университета _____

(подпись) (расшифровка подписи)

Рабочий график (план) проведения практики:

| № | Этапы работы (виды деятельности) при прохождении практики | Сроки |
|---|---|-------|
| 1 | | |
| 2 | | |

Ознакомлен _____

подпись студента

расшифровка подписи

« ____ » _____ 20 ____ г.

Руководитель практики от университета _____

(подпись) (расшифровка подписи)

ОЦЕНОЧНЫЙ ЛИСТ

результатов прохождения производственной практики (преддипломной)
по направлению подготовки/специальности

Фамилия И.О студента _____

Курс _____

| № | ОБЩАЯ ОЦЕНКА (отмечается руководителем практики от профильной организации) | 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 прохождения практики | | | | |

Руководитель практики от профильной организации _____
(подпись) (расшифровка подписи)

| № | СФОРМИРОВАННЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ИНДИКАТОРЫ КОМПЕТЕНЦИИ (отмечается руководителем практики от университета) | Оценка | | | |
|----|---|--------|---|---|---|
| | | 5 | 4 | 3 | 2 |
| 1. | ИОПК - 1.1 Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем | | | | |
| 2. | ИОПК – 1.2 Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты) | | | | |
| 3. | ИОПК - 1.3 Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов) | | | | |
| 4. | ИПК 1.1 Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований | | | | |
| 5. | ИПК 1.2 Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации | | | | |
| 6. | ИПК 1.3 Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ | | | | |
| 7. | ИПК – 3.1 Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | | | | |
| 8. | ИПК – 3.2 Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта | | | | |

| | | | | | |
|-----|---|--|--|--|--|
| 9. | ИПК - 3.3 Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта | | | | |
| 10. | ИПК 4.1 Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации | | | | |
| 11. | ИПК 4.2 Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | | | | |
| 12. | ИПК 4.3 Владеет м методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | | | | |

Руководитель практики от университета _____
(подпись) (расшифровка подписи)

Сведения о прохождении инструктажа по ознакомлению с требованиями охраны труда, технике безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка

(для профильной организации)

Профильная организация _____

Студент _____

(ФИО, возраст)

Дата _____

1. Инструктаж по требованиям охраны труда

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

2. Инструктаж по технике безопасности

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

3. Инструктаж по пожарной безопасности

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

4. Инструктаж по правилам внутреннего трудового распорядка

Провел _____

(должность, ФИО сотрудника, проводившего инструктаж, подпись)

Прослушал _____

(ФИО, подпись студента)

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке
обучающихся в ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный университет» и его
филиалах

ОБРАЗЕЦ ГАРАНТИЙНОГО ПИСЬМА
от организации, принимающего студента на практику

ВНИМАНИЕ: гарантийное письмо оформляется на официальном бланке организации с указанием всех его реквизитов, а также исходящего номера, проставляемого канцелярией организации.

Ректору ФГБОУ ВО «КубГУ»
М.Б. Астапову
от директора (президента,
председателя правления и т.п.)
(название организации)
(Ф.И.О руководителя)

Организация *(название организации)* не возражает о прохождении _____ практики *(название практики)* студентов _____ группы _____ курса, _____ формы обучения, обучающихся по направлению подготовки/специальности *(наименование направления подготовки / специальности)*.

Организация *(название организации)* подтверждает готовность обеспечить прохождение _____ практики студента *(Ф.И.О студента)* в сроки с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г. в соответствии с программой практики.

Руководителем _____ практики студента *(Ф.И.О. студента)* от организации назначается *(Ф.И.О. руководителя)*, контактный телефон (номер контактного телефона руководителя практики).

Назначенный руководитель соответствует требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности.

(подпись руководителя предприятия) (расшифровка подписи) (дата)

Приложение 7

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке обучающихся
в ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
университет» и его филиалах

Договор № _____ о практической подготовке обучающихся

г. Краснодар

«___» _____ 20__ г.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» именуемое в дальнейшем "Организация", в лице проректора по учебной работе, качеству образования - первого проректора Хагурова Темыра Айтчевича, действующего на основании доверенности от 01.03.2021 № 170/01, с одной стороны, и _____, именуем ___ в дальнейшем "Профильная организация", в лице _____, действующего на основании _____, с другой стороны, именуемые по отдельности "Сторона", а вместе - "Стороны", заключили настоящий Договор о нижеследующем.

1. Предмет Договора

1.1. Предметом настоящего Договора является организация практической подготовки обучающихся (далее - практическая подготовка).

1.2. Образовательная программа (программы), компоненты образовательной программы, при реализации которых организуется практическая подготовка, количество обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы, сроки организации практической подготовки, согласуются Сторонами и являются неотъемлемой частью настоящего Договора (приложением № 1).

1.3. Реализация компонентов образовательной программы, согласованных Сторонами в приложении № 1 к настоящему Договору (далее - компоненты образовательной программы), осуществляется в помещениях Профильной организации, перечень которых согласуется Сторонами и является неотъемлемой частью настоящего Договора (приложение № 2).

2. Права и обязанности Сторон

2.1. Организация обязана:

2.1.1 не позднее, чем за 10 рабочих дней до начала практической подготовки по каждому компоненту образовательной программы представить в Профильную организацию поименные списки обучающихся, осваивающих соответствующие компоненты образовательной программы посредством практической подготовки;

2.1.2 назначить руководителя по практической подготовке от Организации, который: обеспечивает организацию образовательной деятельности в форме практической подготовки при реализации компонентов образовательной программы;

организует участие обучающихся в выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

оказывает методическую помощь обучающимся при выполнении определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

несет ответственность совместно с ответственным работником Профильной организации за реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, за жизнь и здоровье обучающихся и работников Организации, соблюдение ими правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;

- 2.1.3 при смене руководителя по практической подготовке в двухдневный срок сообщить об этом Профильной организации;
- 2.1.4 установить виды учебной деятельности, практики и иные компоненты образовательной программы, осваиваемые обучающимися в форме практической подготовки, включая место, продолжительность и период их реализации;
- 2.1.5 направить обучающихся в Профильную организацию для освоения компонентов образовательной программы в форме практической подготовки.
- 2.2. Профильная организация обязана:
- 2.2.1 создать условия для реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, предоставить оборудование и технические средства обучения в объеме, позволяющем выполнять определенные виды работ, связанные с будущей профессиональной деятельностью обучающихся;
- 2.2.2 назначить ответственное лицо, соответствующее требованиям трудового законодательства Российской Федерации о допуске к педагогической деятельности, из числа работников Профильной организации, которое обеспечивает организацию реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки со стороны Профильной организации;
- 2.2.3 при смене лица, указанного в пункте 2.2.2, в двухдневный срок сообщить об этом Организации;
- 2.2.4 обеспечить безопасные условия реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, выполнение правил противопожарной безопасности, правил охраны труда, техники безопасности и санитарно-эпидемиологических правил и гигиенических нормативов;
- 2.2.5 проводить оценку условий труда на рабочих местах, используемых при реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки, и сообщать руководителю Организации об условиях труда и требованиях охраны труда на рабочем месте;
- 2.2.6 ознакомить обучающихся с правилами внутреннего трудового распорядка Профильной организации;
- 2.2.7 провести инструктаж обучающихся по охране труда и технике безопасности и осуществлять надзор за соблюдением обучающимися правил техники безопасности;
- 2.2.8 предоставить обучающимся и руководителю по практической подготовке от Организации возможность пользоваться помещениями Профильной организации, согласованными Сторонами (приложение №2 к настоящему Договору), а также находящимися в них оборудованием и техническими средствами обучения;
- 2.2.9 обо всех случаях нарушения обучающимися правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности сообщить руководителю по практической подготовке от Организации.
- 2.3. Организация имеет право:
- 2.3.1 осуществлять контроль соответствия условий реализации компонентов образовательной программы в форме практической подготовки требованиям настоящего Договора;
- 2.3.2 запрашивать информацию об организации практической подготовки, в том числе о качестве и объеме выполненных обучающимися работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.
- 2.4. Профильная организация имеет право:
- 2.4.1 требовать от обучающихся соблюдения правил внутреннего трудового распорядка, охраны труда и техники безопасности, режима конфиденциальности, принятого в Профильной организации, предпринимать необходимые действия, направленные на предотвращение ситуации, способствующей разглашению конфиденциальной информации;

2.4.2 в случае установления факта нарушения обучающимися своих обязанностей в период организации практической подготовки, режима конфиденциальности приостановить реализацию компонентов образовательной программы в форме практической подготовки в отношении конкретного обучающегося.

3. Дополнительные условия

3.1. Практическая подготовка обучающихся с ограниченными возможностями здоровья проходит с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья (часть 3 статья 79 Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

4. Срок действия договора

4.1. Настоящий Договор вступает в силу после его подписания и действует до полного исполнения Сторонами обязательств.

5. Заключительные положения

5.1. Все споры, возникающие между Сторонами по настоящему Договору, разрешаются Сторонами в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

5.2. Изменение настоящего Договора осуществляется по соглашению Сторон в письменной форме в виде дополнительных соглашений к настоящему Договору, которые являются его неотъемлемой частью.

5.3. Настоящий Договор составлен в двух экземплярах, по одному для каждой из Сторон. Все экземпляры имеют одинаковую юридическую силу.

6. Адреса, реквизиты и подписи Сторон

Организация

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего
образования «Кубанский
государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская,
149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-
17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru

Проректор по учебной работе,
качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

_____ (подпись) (Ф.И.О.)

Приложение № 1
к договору о практической
подготовке обучающихся
№ _____ от _____ г.

г. Краснодар

« ____ » _____ 20__ г.

Наименование основной профессиональной образовательной программы

| № п/п | Наименование компонента образовательной программы, реализуемого в форме практической подготовки | Количество обучающихся, осваивающих компонент образовательной программы /ФИО студента | Сроки организации практической подготовки при реализации компонента образовательной программы | Объем времени, отводимый на реализацию компонента образовательной программы в форме практической подготовки (в академических часах или з.е.) |
|-------|---|---|---|--|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Организация

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская, 149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru
Проректор по учебной работе, качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

(подпись) (Ф.И.О.)

Приложение № 2
к договору о практической
подготовке обучающихся
№ _____ от _____ г.

г. Краснодар

« ____ » _____ 20__ г.

Наименование основной профессиональной образовательной программы

| № п/п | Наименование помещений профильной организации, используемых для организации практической подготовки | Адрес помещения профильной организации используемого для организации практической подготовки | Обеспечение техникой (оборудованием) в помещениях, используемых для организации практической подготовки (да/нет) |
|-------|---|--|--|
| | | | |
| | | | |
| | | | |

Стороны подтверждают, что помещения отвечают безопасным условиям организации практической подготовки, техника (оборудование), которая используется для организации практической подготовки обучающихся, находится в технически исправном состоянии

Организация

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Кубанский государственный университет»
350040, г. Краснодар ул. Ставропольская, 149,
тел. 8(861)219-95-02 факс. 8(861)219-95-17
Официальный сайт: www.kubsu.ru
e-mail: umu@kubsu.ru

Проректор по учебной работе,
качеству образования –
первый проректор
_____ Т.А. Хагуров

Профильная организация

Руководитель _____

(подпись) (Ф.И.О.)

Приложение 8

к ПОЛОЖЕНИЮ
о практической подготовке
обучающихся в ФГБОУ ВО «Кубанский
государственный университет» и его
филиалах

Декану/Директору _____

ФГБОУ ВО «КубГУ»

Ф.И.О. заведующего кафедрой,
должность, ученая степень
от студента _____

(Ф.И.О., курс, форма обучения,
направление подготовки /
специальности)

ЗАЯВЛЕНИЕ

Прошу считать местом прохождения _____
(указать компонент образовательной программы) в форме практической подготовки с
«___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г. в «_____»
(полные реквизиты организации, Ф.И.О., должность руководителя).

Дата и подпись студента

Индивидуальное задание

(может корректироваться руководителем преддипломной практики)

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

Описание основных методологических единиц исследования (Актуальность выбранной темы ВКР).

ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ

Анализ востребованности тематики ВКР (план-проект маркетинговой стратегии)

ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере

Создать и отредактировать информационный контент для сайта ФГБОУ ВО КубГУ (реферативный обзор ВКР), для БИП (база информационных потребностей)

ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта

Анализ информационных ресурсов по теме ВКР (описательная статистика)

Научная библиотека КубГУ <https://www.kubsu.ru/ru/node/15554>,

GREBENNIKON.RU <https://grebennikon.ru/>

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

ЭБС «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>

ЭБС «УНИВЕРСИТЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ОНЛАЙН» www.biblioclub.ru

ЭБС «BOOK.ru» <https://www.book.ru>

ЭБС «ZNANIUM.COM» www.znanium.com

ЭБС «ЛАНЬ» <https://e.lanbook.com>

Приложение 6.
Программа государственной итоговой
аттестации

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

Т.А. Хагуров
подпись

Т.А. Хагуров

«28» мая 2021 г.

**Б3.01(Д) ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ**

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

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 СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы 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, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Д.Б. Бережнова, доцент, канд. педагог. наук, доцент
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Ю.Е. Николаева, старший преподаватель
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


подпись

Б3.01(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью протокол № 11 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы

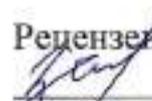

подпись

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета журналистики
протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


подпись

Рецензенты:


М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа МЯТА»


И.Г. Крайних, генеральный директор рекламного агентства «ОКЕЙ-ПРЕСС»

1. 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 универсальными компетенциями (УК);
- 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 научноисследования;
- применять коммуникативные стратегии и тактики, риторические, стилистические языковые нормы и приёмы, принятые в разных сферах коммуникации.

2. Место ГИА в структуре основной образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) относится к обязательной части Блока 3.01 (Д) 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».

3. 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. авторская;
2. редакторская;

3. проектная;
4. маркетинговая (основной вид);
5. организационная (основной вид);
6. социально-просветительская;
7. технологическая.

После полного освоения ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускник должен обладать следующими компетенциями (УК/ОПК/ПК):

универсальные компетенции (УК):

- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) ;
- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций;

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;
- ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности;
- ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

профессиональные компетенции (ПК):

- ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ;
- ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;

- ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере;
- ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта;
- **авторская:** Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7); Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4); Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);
- **редакторская:** способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере (ПК-3); Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- **проектная:** Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2); Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- **маркетинговая:** способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ (ПК-1); Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4); способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта (ПК-4); Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- **организационная:** способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ (ПК-2); Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3); Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6); Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);
- **социально-просветительская:** Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- **технологическая:** Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6); Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

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. (ОФО). Общая трудоёмкость ГИА составляет 6 зач.ед., 216 часов, из них контактная работа – 20,5ч., СР – 204,5 ч. (ЗФО).

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

| Виды работ | Всего часов | Форма обучения | | | |
|---|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|
| | | очная | | очно-заочная | заочная |
| | | - семестр (часы) | 8 семестр (часы) | - семестр (часы) | 8 курс (часы) |
| Контактная работа, в том числе: | | | 20,5 | | 20,5 |
| Руководство ВКР | 40,0 | | 20,0 | | 20,0 |
| Процедура защиты ВКР | 10,0 | | 0,5 | | 0,5 |
| Самостоятельная работа, в том числе: | 400 | | 195,5 | | 204,5 |
| Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование, актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.) | 70 | | 35 | | 35 |
| Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы | 125 | | 60 | | 65 |
| Подготовка и написание выпускной квалификационной работы | 160 | | 80 | | 80 |
| Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада) | 44,5 | | 20,5 | | 24,5 |
| Контроль: | | | | | |
| Общая трудоемкость | час. | 432 | 216 | | 216 |
| | в том числе контактная работа | 40,5 | 20,5 | | 20,05 |
| | зач. ед | 12 | 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

Глава 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 знаний 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 служит 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.

Подробные 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.

4. 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 |
|---|---|--------------------|

| | | |
|---|--|------------------------------------|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, | Знает специфику системного и критического мышления для решения профессиональных задач. | – подготовка ВКР; – защита ВКР; |
|---|--|------------------------------------|

| | | |
|---|---|--|
| критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | Умеет применять принципы критического анализа и синтеза для решения поставленных задач. | <ul style="list-style-type: none"> – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя. |
| | Владеет навыками поиска информации и применения системного подхода в решении поставленных задач | |
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | Знает необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения. | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя. |
| | Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели. | |
| | Владеет оптимальными способами решения поставленных задач | |
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | Знает особенности социального взаимодействия в команде. | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | Умеет реализовать свою роль в команде. | |
| | Владеет навыками командной работы | |
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке | Знает способы использования информационных коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | Умеет осуществлять деловую коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в устной и письменной формах. | |

е
Российской
Федерации и



| | | |
|--|---|---|
| иностранным(ых) языком(а) | Владеет навыками деловой коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранным(ых) языке(ах) в устной и письменной формах | |
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | <p>Знает о культурном многообразии общества и существующих формах межкультурного взаимодействия.</p> <p>Умеет проявлять межличностную, социальную, национальную толерантность.</p> <p>Владеет навыками конструктивного взаимодействия на различных уровнях поликультурного общества</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | <p>Знает принципы самоорганизации и саморазвития человека.</p> <p>Умеет определять приоритеты собственной деятельности, выстраивать планы их достижения.</p> <p>Владеет навыками управления своим временем, выстраивания траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |
| УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | <p>Знает методы и способы физической культуры обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет применять методы и способы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности.</p> <p>Владеет навыками использования практик физической культуры в собственной социальной и профессиональной деятельности</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |

| | | |
|--|---|------------------------------------|
| деятельности | | |
| УК-8. Способен создавать и поддерживать | Знает основные способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности; основные способы и | – подготовка ВКР; – защита ВКР; |

| | | |
|--|---|---|
| <p>безопасны е условия жизнедеятельн ости, в том числе при возникновени и чрезвычайны х ситуаций</p> | <p>действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций</p> | <ul style="list-style-type: none"> – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | <p>Умеет создать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; выбрать оптимальные способы и действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций</p> | |
| | <p>Владеет навыками создания и поддержания безопасных условий труда на рабочем месте; оптимальными способами действий при возникновении чрезвычайных ситуаций</p> | |
| <p>ОПК-1. Способе н создават ь востребованн ые обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродук ты (или) коммуникацио нные продукты в соответствии с нормами русского и иностранны х языков, особенностям и иных знаковых систем</p> | <p>Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> | |
| | <p>Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)</p> | |
| <p>ОПК-2. Способен учитыват ь тенденци и развития общественных и государственн ых институтов</p> | <p>Знает тенденции развития общественных и государственных институтов.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | <p>Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах)</p> | |

| | | |
|---|--|--|
| <p>для разносторонне го освещения всоздаваемых медиа-текстов и(или) медиапродукта х,и (или) коммуникацио нных продуктах</p> | <p>Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов</p> | |
| <p>ОПК-3. Способен использовать</p> | <p>Знает достижения отечественной и мировой культуры.</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР;</p> |

| | | |
|---|---|---|
| <p>многообрази е достижений отечественной и мировой культуры</p> <p>в процессе создания медиа текстов</p> <p>и(или) медиапродукто в , и (или) коммуникацио н ных продуктов</p> | <p>Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры.</p> | <p>– дополнительные вопросы в процессе защиты;</p> <p>– оценка творческого проекта (принадлежности);</p> <p>– отзыв научного руководителя</p> |
| | <p>Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов</p> | |
| <p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы</p> <p>и потребности аудитории в профессиональ н ой деятельности</p> | <p>Знает запросы и потребности аудитории.</p> | <p>– подготовка ВКР;</p> <p>– защита ВКР;</p> <p>– дополнительные вопросы в процессе защиты;</p> <p>– оценка творческого проекта (принадлежности);</p> <p>– отзыв научного руководителя</p> |
| | <p>Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.</p> | |
| | <p>Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> | |
| <p>ОПК-5. Способен учитывать</p> <p>в профессиональ ной деятельности тенденции развития медиакоммуни кационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов и х функциониров а ния,</p> | <p>Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах.</p> | <p>– подготовка ВКР;</p> <p>– защита ВКР;</p> <p>– дополнительные вопросы в процессе защиты;</p> <p>– оценка творческого проекта (принадлежности);</p> <p>– отзыв научного руководителя</p> |
| | <p>Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона.</p> | |
| | <p>Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности</p> | |

| | | |
|--|---|---|
| правовых и этических норм регулирования | | |
| ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические | <p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>Умеет применять в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |

| | | |
|---|---|--|
| <p>средства и информационно-коммуникационные технологии</p> | <p>Владеет навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий</p> | |
| <p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> | <p>Знает принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя</p> |
| <p>ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ</p> | <p>Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.</p> <p>Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя</p> |
| <p>ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> | <p>Знает особенности продвижения продукции СМИ.</p> <p>Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> <p>Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя</p> |

| | | |
|---|--|--|
| ПК-3 способен организовывать работу по созданию и | Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); |
|---|--|--|

| | | |
|--|---|---|
| редактирование контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта | – отзыв научного руководителя |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |

1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР.

1. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работ и магистерской диссертации: учеб.-метод. указания / сост. М.Б. Астапов, Ж.О. Карапетян, О.А. Бондаренко. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2019. 52 с. – URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/normokontrol_2019_c.pdf

2.. 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 выпускающей 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 кафедрой, 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 выпускающей 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.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для подготовки к защите ВКР

а) основная литература:

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851> (дата обращения: 21.05.2021).
2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 538 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142> (дата обращения: 31.05.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст : электронный.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).
4. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453915> (дата обращения: 10.06.2021).
5. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).

б) дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475753> (дата обращения: 24.05.2021).

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 работы (приказ от 03.03.2016г. №272) – URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/page/polozhenie_o_vkr_2019g.pdf
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»

6. 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 Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);
- 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, прочесть 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 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.301 | <ul style="list-style-type: none"> • рабочее место для консультанта-преподавателя; • компьютер, принтер; • рабочие места для обучающихся; • лицензионное программное обеспечение общего специального назначения; • комплект учебно-методической документации. |
| 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. | Кабинет (для защиты ВКР) ауд. (ауд. 205) | <ul style="list-style-type: none"> • рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; • компьютер, мультимедийный проектор, экран; • лицензионное программное обеспечение общего 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. Специфика волонтерской деятельности студентов факультета журналистики
2. Выступления фольклорных коллективов как инструмент формирования имиджа республики Адыгея
3. PR-технологии продвижения образа Краснодарского края как привлекательного туристического направления в условиях пандемии COVID-19
4. Достопримечательности Ставропольского края как туристически привлекательные объекты
5. Веб-сайт как инновационная технология создание имиджа некоммерческой организации (на примере Геблеровского экологического общества)
6. Корпоративная культура как ключевой элемент процесса формирования имиджа компании (на примере компании Транснефть)
7. Публичная деятельность пресс-секретаря как важная часть процесса формирования образа руководителя (на примере Д.Пескова)
8. Крылатые выражения из кинофильмов Л. Гайдая как инструмент продвижения советского кинематографа
9. Формирование имиджа профессионального спортсмена (на примере Ф.Смолова)
10. Социальный PR-проект как феномен формирования культурных ценностей у молодежи (на примере социального PR-проекта "Дорогой героев")
11. Этнические стереотипы в политической коммуникации
12. Социальный проект "@dobro.krd" как инструмент взаимодействия с общественностью в период пандемии COVID-19
13. PR-технологии как инструмент продвижения имиджа политического лидера (на примере главы Адыгеи Кумпилова М.К.)
14. Влияние творчества режиссера на формирование его персонального имиджа (на примере А.А. Тарковского)
15. Веб-сайт как инновационная технология продвижения бренда в онлайн-сфере (на примере компании Аэрофлот)
16. Инновационные онлайн-технологии в создании образа банка (на примере банка Тинькофф)
17. Благотворительная деятельность фонда «Подарок Ангелу» на примере социального проекта: «Доброшрифт»
18. Инструменты создания имиджа территории: Краснодарский край
19. Модные дома в аспекте формирования фэшн трендов: социокультурный аспект
20. СМИ и их роль в создании имиджа организации: региональный аспект
21. Роль компании ИКЕА в формировании международного имиджа Швеции
22. Персональный бренд режиссера как элемент формирования образа российского кинематографа (на примере работ Н.С. Михалкова)
23. Мемориальные комплексы ВОВ как инструмент формирования имиджа города-героя Новороссийска
24. Социальная реклама в формировании здорового образа жизни в кризисный период (на примере пандемии COVID-19)
25. Антикризисные мероприятия при взаимодействии с общественностью в условиях экологической катастрофы
26. Сайт Кубанского казачьего войска как PR-инструмент продвижения казачьей культуры
27. Политическая реклама в современном электоральном процессе (на материалах федеральных СМИ)
28. Исторические города как инструмент продвижения имиджа современной России
29. Неформальная символика Камчатского края как инструмент формирования бренда территории

30. Социальная реклама как инструмент воздействия на общественное мнение в период пандемии Covid-19
31. Инструменты формирования бренда территории: Республика Адыгея
32. Социальная реклама как инструмент продвижения деятельности экологических организаций (на примере экологического проекта «Все равно»)
33. Технология создания имиджа государственного политического лидера: современные подходы
34. Продвижение достижений культуры и искусства посредством кинематографа: российский опыт
35. Фейковые новости как прием политической манипуляции (на примере предвыборной кампании Д. Трампа и Д. Байдена)
36. Специфика деятельности специалиста по связям с общественностью в государственной структуре: региональный аспект
37. Технология формирования и продвижения успешной репутации политической партии
38. SMM как инструмент формирования персонального имиджа (на примере Д. Портнягина)
39. Структура бренда «Аэрофлот» в аспекте продвижения имиджа авиакомпании
40. PR-технологии продвижения общественных инициатив на примере деятельности некоммерческой организации «Россия – страна возможностей»
41. Формирование и продвижение имиджа территории (на примере города Керчь)
42. Продвижение идеи толерантности в политических пиар кампаниях Германии
43. Социальная реклама как инструмент популяризации публичности (на примере голосования по поправкам в Конституцию 2020)
44. Ландшафтный парк «Лога» как туристически привлекательный территориальный объект
45. Роль отечественных поп-групп в формировании имиджа РФ
46. Аккаунт в социальной сети как инструмент формирования и продвижения имиджа губернатора (на примере В.И. Кондратьева)
47. Этнокультурные коды в рекламном дискурсе
48. Роль общественного совета в деятельности отдела по связям со СМИ ГУ МВД России по городу Краснодар
49. Туристическая привлекательность России в аспекте территориального брендинга
50. Кинематограф как инструмент продвижения города Сочи
51. Проекты благотворительного фонда World Wide Fund for Nature как инструмент привлечения внимания к экологической проблеме
52. Невербальные средства общения как инструмент формирования имиджа политика (на примере В. Жириновского)
53. Продвижение имиджа политика на постсоветском пространстве: гендерный аспект
54. Ребрендинг как инструмент формирования имиджа компании (на примере ПАО Сбербанк)
55. Основные тенденции развития печатаной прессы: на примере «Российской газеты»
56. Особенности социальной рекламы благотворительных фондов (на примере Волгоградской области)
57. Гендерные особенности предвыборных кампаний (на примере деятельности М. Тэтчер)
58. Процесс позиционирования как технология формирования имиджа политической партии (на примере ЛДПР)
59. Плакат как двигатель пропаганды в период НЭПа
60. Технология формирования бренда продукции (на примере Краснодарского края)
61. Взаимодействие организации с региональными СМИ (на материалах Краснодарского края)
62. Сайт как инструмент PR в деятельности специалиста по связям с общественностью: региональный аспект.
63. Федеральное агентство «Фонд кино» как инструмент продвижения имиджа отечественного кинематографа
64. Фирменный стиль Федерального агентства «Россотрудничество» как инструмент корпоративной идентификации организации
65. Современные технологии развития и продвижения городской среды (на примере программы корпоративного волонтерства «Комбинат Добра» ПАО «Норникель»)
66. Социальные сети как инструмент коммуникации с потребителем (на примере ПАО «Сбербанк»)

67. PR-технологии в деятельности пресс-службы Министерства культуры Российской Федерации
68. Система коммуникаций администрации Краснодарского края: региональный аспект
69. PR-сопровождение людей с ограниченными возможностями (на примере деятельности ООО «Блокнот Краснодар»)
70. Формирование имиджа политического лидера в условиях миграционных процессов (на примере Ангелы Меркель)
71. Деятельность коммуникационных служб в аспекте продвижения имиджа организации: сравнительный подход (на примере ВТБ, Газпромбанка)
72. Историко-культурный потенциал как инструмент продвижения территории (на примере г. Сочи)
73. Рекламодатель и рекламный агент: система построения коммуникаций
74. Популяризация культурно-исторического наследия г. Краснодара посредством ООО «Юга.ру»
75. Event-менеджмент концертно-театральной деятельности как инструмент формирования имиджа «Гоголь-центра»
76. PR-технологии продвижения территориального бренда (на примере республики Беларусь)
77. «Сделано на Кубани» как региональный имиджевый бренд
78. Современные технологии формирования имиджа ОАО «Российские железные дороги»
79. Социальный маркетинг как инструмент продвижения здорового образа жизни: отечественный опыт
80. Сайт администрации Астраханской области как инструмент формирования общественного мнения
81. Фестиваль «Рок над Волгой» как инструмент продвижения имиджа РФ
82. Деятельность пресс-службы ГУ МВД России по Краснодарскому краю в аспекте формирования имиджа региона
83. PR-технологии продвижения имиджа территории (на примере города-курорта Пятигорск)
84. Технологии продвижения организации в сети Интернет (на примере ЮНЕСКО)
85. PR-технологии продвижения малого и среднего бизнеса как имиджформирующий компонент: региональный аспект
86. Пропаганда правильного питания как инструмент формирования ценностного отношения к ЗОЖ у молодежи
87. Деятельность департамента информационной политики Краснодарского края в аспекте формирования имиджа региона
88. Сайт ЗСК Краснодарского края как информационный канал взаимодействия с общественностью
89. Корпоративная культура «Роскосмос» как инструмент формирования имиджа организации
90. Динамика трансформации имиджа (на примере С. К. Шойгу)
91. Русско-китайский фестиваль в системе межкультурной коммуникации (на примере фестиваля в г. Благовещенске)
92. Сайт Министерства здравоохранения Краснодарского края как инновационная технология взаимодействия с общественностью
93. Паблики в социальных сетях как современная политическая технология продвижения имиджа президента (на примере США)
94. Социальная реклама как инструмент формирования семейных ценностей: российский и зарубежный опыт

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)

_____ 2021 г.

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
БАКАЛАВРА**

НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ

Работу выполнил _____ Инициалы,
фамилия(подпись)
Факультет _____

Направление _____

Нормоконтролер,
должность, ученая степень,
ученое звание _____ Инициалы,
фамилия(подпись)

Краснодар 2021

Приложение 3

Образец оглавления ВКР

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....

..

1
1.1
1.2

.....

2
.....

2.1
.....

2.2

.....

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: _____

Приложение 5
**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)

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Факультет журналистики



УТВЕРЖДАЮ:

Проректор по учебной работе,
качеству образования – первый
проректор

подпись

Т.А. Хагуров

«28» мая 2021 г.

Б3.02(Д) ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

(код и наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

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 СМИ

(наименование направленности (профиля) специализации)

Форма обучения очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

(бакалавр, магистр, специалист)

Краснодар 2021

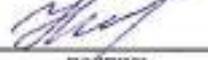
Б3.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы
составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным
стандартом высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки
42.03.01 реклама и связи с общественностью

Программу составил(и):

Р.В. Патюкова, зав. кафедрой, д-р филол. наук, доцент
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


_____ подписью

Ю.Е. Николаева, старший преподаватель
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


_____ подписью

Д.Б. Бережнова, доцент, канд. педагог. наук, доцент
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


_____ подписью

Е.В. Тарасенко, ст. преподаватель, канд. филол. наук
И.О. Фамилия, должность, ученая степень, ученое звание


_____ подписью

Б3.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы
утверждена на заседании кафедры рекламы и связей с общественностью
протокол № 11 «20» мая 2021 г.

Заведующий кафедрой
рекламы и связей с общественностью Патюкова Р.В.
фамилия, инициалы

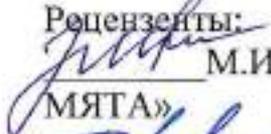

_____ подписью

Утверждена на заседании учебно-методической комиссии факультета
журналистики
протокол № 11-21 «20» мая 2021 г.

Председатель УМК факультета Хлопунова О.В.
фамилия, инициалы


_____ подписью

Рецензенты:


М.И. Зосим, руководитель EVENT-агентства «Креативная группа
МЯТА»


И.Г. Крайних, генеральный директор рекламного агентства «ОКЕЙ-
ПРЕСС»

1. 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 универсальными компетенциями (УК);
- 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 языковые нормы и приёмы, принятые в разных сферах коммуникации.

2. Место ГИА в структуре основной образовательной программы.

Государственная итоговая аттестация (подготовка выпускной квалификационной работы) относится к обязательной части Блока 3.01 (Д) 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».

3. 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. авторская;
2. редакторская;

3. проектная;
4. маркетинговая (основной вид);
5. организационная (основной вид);
6. социально-просветительская;
7. технологическая.

После полного освоения ОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью выпускник должен обладать следующими компетенциями (УК/ОПК/ПК):

универсальные компетенции (УК):

- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;
- УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) ;
- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций;

общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем;
- ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;
- ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности;
- ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;
- ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

профессиональные компетенции (ПК):

- ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ;
- ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ;

- ПК-3 способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере;
- ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта;
- **авторская:** Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности (ОПК-7); Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4); Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (УК-7);
- **редакторская:** способен организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере (ПК-3); Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранных языков, особенностями иных знаковых систем (ОПК-1);
- **проектная:** Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2); Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений (УК-2);
- **маркетинговая:** способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ (ПК-1); Способен отвечать на запросы и потребности аудитории в профессиональной деятельности (ОПК-4); способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта (ПК-4); Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);
- **организационная:** способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ (ПК-2); Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3); Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни (УК-6); Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);
- **социально-просветительская:** Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов (ОПК-3); Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5);
- **технологическая:** Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии (ОПК-6); Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-8).

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. (ОФО). Общая трудоёмкость ГИА составляет 6 зач.ед., 216 часов, из них контактная работа – 20,5ч., СР – 204,5 ч. (ЗФО).

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

| Виды работ | Всего часов | Форма обучения | | | |
|---|--------------------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|
| | | очная | | очно-заочная | заочная |
| | | - семестр (часы) | 8 семестр (часы) | - семестр (часы) | 8 курс (часы) |
| Контактная работа, в том числе: | | | 20,5 | | 20,5 |
| Руководство ВКР | 40,0 | | 20,0 | | 20,0 |
| Процедура защиты ВКР | 10,0 | | 0,5 | | 0,5 |
| Самостоятельная работа, в том числе: | 400 | | 195,5 | | 204,5 |
| Выполнение индивидуального задания по теме выпускной квалификационной работы (обоснование, актуальности выбранной темы, обзор литературы, формулирование цели, задач, предмета, объекта, научной гипотезы и т.п.) | 70 | | 35 | | 35 |
| Проведение исследования по теме выпускной квалификационной работы | 125 | | 60 | | 65 |
| Подготовка и написание выпускной квалификационной работы | 160 | | 80 | | 80 |
| Подготовка к защите выпускной квалификационной работы (подготовка доклада по теме исследования, презентации, репетиция доклада) | 44,5 | | 20,5 | | 24,5 |
| Контроль: | | | | | |
| Общая трудоемкость | час. | 432 | 216 | | 216 |
| | в том числе контактная работа | 40,5 | 20,5 | | 20,05 |
| | зач. ед | 12 | 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

Глава 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 знаний 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 служит 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.

Подробные 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.

4. 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 |
|---|---|--------------------|

| | | |
|---|--|------------------------------------|
| УК-1. Способен осуществлять поиск, | Знает специфику системного и критического мышления для решения профессиональных задач. | – подготовка ВКР; – защита ВКР; |
|---|--|------------------------------------|

| | | |
|---|---|--|
| критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | Умеет применять принципы критического анализа и синтеза для решения поставленных задач. | <ul style="list-style-type: none"> – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя. |
| | Владеет навыками поиска информации и применения системного подхода в решении поставленных задач | |
| УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | Знает необходимые для осуществления целей действующие правовые нормы, имеющиеся ресурсы и ограничения. | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя. |
| | Умеет определять круг задач в рамках поставленной цели. | |
| | Владеет оптимальными способами решения поставленных задач | |
| УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | Знает особенности социального взаимодействия в команде. | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | Умеет реализовать свою роль в команде. | |
| | Владеет навыками командной работы | |
| УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | Знает способы использования информационных коммуникационных технологий при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | Умеет осуществлять деловую коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) в устной и письменной формах. | |

е
Российской
Федерации и



| | | |
|--|---|---|
| иностранным(ых) языком(а) | Владеет навыками деловой коммуникации на государственном языке Российской Федерации и иностранным(ых) языке(ах) в устной и письменной формах | |
| УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | <p>Знает о культурном многообразии общества и существующих формах межкультурного взаимодействия.</p> <p>Умеет проявлять межличностную, социальную, национальную толерантность.</p> <p>Владеет навыками конструктивного взаимодействия на различных уровнях поликультурного общества</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |
| УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | <p>Знает принципы самоорганизации и саморазвития человека.</p> <p>Умеет определять приоритеты собственной деятельности, выстраивать планы их достижения.</p> <p>Владеет навыками управления своим временем, выстраивания траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |
| УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | <p>Знает методы и способы физической культуры обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет применять методы и способы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности.</p> <p>Владеет навыками использования практик физической культуры в собственной социальной и профессиональной деятельности</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |

| | | |
|--|---|------------------------------------|
| деятельности | | |
| УК-8. Способен создавать и поддерживать | Знает основные способы создания и поддержания безопасных условий жизнедеятельности; основные способы и | – подготовка ВКР; – защита ВКР; |

| | | |
|--|---|---|
| <p>безопасны е условия жизнедеятельн ости, в том числе при возникновени и чрезвычайны х ситуаций</p> | <p>действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций</p> | <ul style="list-style-type: none"> – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | <p>Умеет создать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности; выбрать оптимальные способы и действия по предотвращению чрезвычайных ситуаций</p> | |
| | <p>Владеет навыками создания и поддержания безопасных условий труда на рабочем месте; оптимальными способами действий при возникновении чрезвычайных ситуаций</p> | |
| <p>ОПК-1. Способе н создават ь востребованн ые обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродук ты (или) коммуникацио нные продукты в соответствии с нормами русского и иностранны х языков, особенностям и иных знаковых систем</p> | <p>Знает потребности общества и индустрии в медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах); нормы русского и иностранных языков, особенности иных знаковых систем.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | <p>Умеет создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты (коммуникационные продукты).</p> | |
| | <p>Владеет нормами русского и иностранных языков, учитывает особенности иных знаковых систем при создании медиатекстов и (или) медиапродуктов (коммуникационных продуктов)</p> | |
| <p>ОПК-2. Способен учитыват ь тенденци и развития общественных и государственн ых институтов</p> | <p>Знает тенденции развития общественных и государственных институтов.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |
| | <p>Умеет учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах (коммуникационных продуктах)</p> | |

| | | |
|---|--|--|
| <p>для их разносторонне го освещения</p> <p>всоздаваемых медиа-текстах</p> <p>и(или) медиапродукта х,и (или) коммуникацио нных продуктах</p> | <p>Владеет навыками разностороннего освещения развития общественных и государственных институтов</p> | |
| <p>ОПК-3. Способен использовать</p> | <p>Знает достижения отечественной и мировой культуры.</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР;</p> |

| | | |
|---|---|---|
| <p>многообрази е достижений отечественной и мировой культуры</p> <p>в процессе создания медиа текстов</p> <p>и(или) медиапродукто в , и (или) коммуникацио н ных продуктов</p> | <p>Умеет создавать медиатексты с использованием многообразия достижений отечественной и мировой культуры.</p> | <p>– дополнительные вопросы в процессе защиты;</p> <p>– оценка творческого проекта (принадлежности);</p> <p>– отзыв научного руководителя</p> |
| | <p>Владеет навыками использования многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов</p> | |
| <p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы</p> <p>и потребности аудитории в профессиональ н ой деятельности</p> | <p>Знает запросы и потребности аудитории.</p> | <p>– подготовка ВКР;</p> <p>– защита ВКР;</p> <p>– дополнительные вопросы в процессе защиты;</p> <p>– оценка творческого проекта (принадлежности);</p> <p>– отзыв научного руководителя</p> |
| | <p>Умеет анализировать информацию о запросах и потребностях аудитории.</p> | |
| | <p>Владеет навыками работы с медиатекстами, отвечающими запросам и потребностям аудитории</p> | |
| <p>ОПК-5. Способен учитывать</p> <p>в профессиональ ной деятельности тенденции развития медиакоммуни кационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов и х функциониров а ния,</p> | <p>Знает тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; политические и экономические механизмы их функционирования; правовые и этические нормы регулирования в медиакоммуникационных системах.</p> | <p>– подготовка ВКР;</p> <p>– защита ВКР;</p> <p>– дополнительные вопросы в процессе защиты;</p> <p>– оценка творческого проекта (принадлежности);</p> <p>– отзыв научного руководителя</p> |
| | <p>Умеет исследовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона.</p> | |
| | <p>Владеет навыками применения правовых и этических норм в профессиональной деятельности</p> | |

| | | |
|--|---|---|
| правовых и этических норм регулирования | | |
| ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические | <p>Знает современные информационно-коммуникационные технологии.</p> <p>Умеет применять в профессиональной деятельности современные информационно-коммуникационные технологии.</p> | <ul style="list-style-type: none"> – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствия); – отзыв научного руководителя |

| | | |
|---|---|--|
| <p>средства и информационно-коммуникационные технологии</p> | <p>Владеет навыками использования современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий</p> | |
| <p>ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности</p> | <p>Знает принципы социальной ответственности; возможные эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.</p> <p>Умеет учитывать и прогнозировать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности.</p> <p>Владеет навыками применения принципов социальной ответственности при создании медиапродуктов</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя</p> |
| <p>ПК-1 способен разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ</p> | <p>Знает основы маркетинга и маркетинговых исследований</p> <p>Умеет разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации.</p> <p>Владеет техниками и технологиями разработки и планирования маркетинговой стратегии организации, способствующей увеличению продаж продукции СМИ.</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя</p> |
| <p>ПК-2 способен осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> | <p>Знает особенности продвижения продукции СМИ.</p> <p>Умеет осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> <p>Владеет навыками контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> | <p>– подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя</p> |

| | | |
|---|--|--|
| ПК-3 способен организовывать работу по созданию и | Знает специфику создания и редактирования контента сайта. | – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (присутствии); |
|---|--|--|

| | | |
|--|---|---|
| редактирование контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере | Умеет организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта. Владеет навыками создания, редактирования, управления и контроля контента сайта | – отзыв научного руководителя |
| ПК-4 способен осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта | Знает методологические основы исследовательской деятельности коммуникационной инфраструктуры организации Умеет осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта Владеет методами и приемами проведения мониторинговых исследований коммуникационной инфраструктуры организации и информационных потребностей посетителей сайта. | – подготовка ВКР; – защита ВКР; – дополнительные вопросы в процессе защиты; – оценка творческого проекта (при наличии); – отзыв научного руководителя |

1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к ВКР.

1. Структура и оформление бакалаврской, дипломной, курсовой работ и магистерской диссертации: учеб.-метод. указания / сост. М.Б. Астапов, Ж.О. Карапетян, О.А. Бондаренко. Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2019. 52 с. – URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/faculty/normokontrol_2019_c.pdf

2.. 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 выпускающей 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 кафедрой, 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 выпускающей 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.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для подготовки к защите ВКР

а) основная литература:

1. Дзялошинский, И. М. Деловые коммуникации. Теория и практика : учебник для бакалавров / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 433 с. — ISBN 978-5-9916-3044-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425851> (дата обращения: 21.05.2021).
2. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. — 15-е изд., стер. — Москва : Дашков и К°, 2019. — 538 с. : ил. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573142> (дата обращения: 31.05.2021). — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-394-03441-1. — Текст : электронный.
3. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).
4. Касьянов, В. В. Социология массовой коммуникации : учебник для вузов / В. В. Касьянов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09602-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/453915> (дата обращения: 10.06.2021).
5. Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466182> (дата обращения: 24.05.2021).

б) дополнительная литература

1. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/475753> (дата обращения: 24.05.2021).

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 работы (приказ от 03.03.2016г. №272) – URL: https://www.kubsu.ru/sites/default/files/page/polozhenie_o_vkr_2019g.pdf
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»

6. 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 Windows 8, 10 (Интернет, просмотр видео, запуск прикладных программ);
- 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, прочесть 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 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.301 | <ul style="list-style-type: none"> • рабочее место для консультанта-преподавателя; • компьютер, принтер; • рабочие места для обучающихся; • лицензионное программное обеспечение общего специального назначения; • комплект учебно-методической документации. |
| 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. | Кабинет (для защиты ВКР) ауд. (ауд. 205) | <ul style="list-style-type: none"> • рабочее место для членов Государственной экзаменационной комиссии; • компьютер, мультимедийный проектор, экран; • лицензионное программное обеспечение общего 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. Специфика волонтерской деятельности студентов факультета журналистики
2. Выступления фольклорных коллективов как инструмент формирования имиджа республики Адыгея
3. PR-технологии продвижения образа Краснодарского края как привлекательного туристического направления в условиях пандемии COVID-19
4. Достопримечательности Ставропольского края как туристически привлекательные объекты
5. Веб-сайт как инновационная технология создания имиджа некоммерческой организации (на примере Геблеровского экологического общества)
6. Корпоративная культура как ключевой элемент процесса формирования имиджа компании (на примере компании Транснефть)
7. Публичная деятельность пресс-секретаря как важная часть процесса формирования образа руководителя (на примере Д.Пескова)
8. Крылатые выражения из кинофильмов Л. Гайдая как инструмент продвижения советского кинематографа
9. Формирование имиджа профессионального спортсмена (на примере Ф.Смолова)
10. Социальный PR-проект как феномен формирования культурных ценностей у молодежи (на примере социального PR-проекта "Дорогой героев")
11. Этнические стереотипы в политической коммуникации
12. Социальный проект "@dobro.krd" как инструмент взаимодействия с общественностью в период пандемии COVID-19
13. PR-технологии как инструмент продвижения имиджа политического лидера (на примере главы Адыгеи Кумпилова М.К.)
14. Влияние творчества режиссера на формирование его персонального имиджа (на примере А.А. Тарковского)
15. Веб-сайт как инновационная технология продвижения бренда в онлайн-сфере (на примере компании Аэрофлот)
16. Инновационные онлайн-технологии в создании образа банка (на примере банка Тинькофф)
17. Благотворительная деятельность фонда «Подарок Ангелу» на примере социального проекта: «Доброшрифт»
18. Инструменты создания имиджа территории: Краснодарский край
19. Модные дома в аспекте формирования фэшн трендов: социокультурный аспект
20. СМИ и их роль в создании имиджа организации: региональный аспект
21. Роль компании ИКЕА в формировании международного имиджа Швеции
22. Персональный бренд режиссера как элемент формирования образа российского кинематографа (на примере работ Н.С. Михалкова)
23. Мемориальные комплексы ВОВ как инструмент формирования имиджа города-героя Новороссийска
24. Социальная реклама в формировании здорового образа жизни в кризисный период (на примере пандемии COVID-19)
25. Антикризисные мероприятия при взаимодействии с общественностью в условиях экологической катастрофы
26. Сайт Кубанского казачьего войска как PR-инструмент продвижения казачьей культуры
27. Политическая реклама в современном электоральном процессе (на материалах федеральных СМИ)
28. Исторические города как инструмент продвижения имиджа современной России
29. Неформальная символика Камчатского края как инструмент формирования бренда территории

30. Социальная реклама как инструмент воздействия на общественное мнение в период пандемии Covid-19
31. Инструменты формирования бренда территории: Республика Адыгея
32. Социальная реклама как инструмент продвижения деятельности экологических организаций (на примере экологического проекта «Все равно»)
33. Технология создания имиджа государственного политического лидера: современные подходы
34. Продвижение достижений культуры и искусства посредством кинематографа: российский опыт
35. Фейковые новости как прием политической манипуляции (на примере предвыборной кампании Д. Трампа и Д. Байдена)
36. Специфика деятельности специалиста по связям с общественностью в государственной структуре: региональный аспект
37. Технология формирования и продвижения успешной репутации политической партии
38. SMM как инструмент формирования персонального имиджа (на примере Д. Портнягина)
39. Структура бренда «Аэрофлот» в аспекте продвижения имиджа авиакомпании
40. PR-технологии продвижения общественных инициатив на примере деятельности некоммерческой организации «Россия – страна возможностей»
41. Формирование и продвижение имиджа территории (на примере города Керчь)
42. Продвижение идеи толерантности в политических пиар кампаниях Германии
43. Социальная реклама как инструмент популяризации публичности (на примере голосования по поправкам в Конституцию 2020)
44. Ландшафтный парк «Лога» как туристически привлекательный территориальный объект
45. Роль отечественных поп-групп в формировании имиджа РФ
46. Аккаунт в социальной сети как инструмент формирования и продвижения имиджа губернатора (на примере В.И. Кондратьева)
47. Этнокультурные коды в рекламном дискурсе
48. Роль общественного совета в деятельности отдела по связям со СМИ ГУ МВД России по городу Краснодар
49. Туристическая привлекательность России в аспекте территориального брендинга
50. Кинематограф как инструмент продвижения города Сочи
51. Проекты благотворительного фонда World Wide Fund for Nature как инструмент привлечения внимания к экологической проблеме
52. Невербальные средства общения как инструмент формирования имиджа политика (на примере В. Жириновского)
53. Продвижение имиджа политика на постсоветском пространстве: гендерный аспект
54. Ребрендинг как инструмент формирования имиджа компании (на примере ПАО Сбербанк)
55. Основные тенденции развития печатаной прессы: на примере «Российской газеты»
56. Особенности социальной рекламы благотворительных фондов (на примере Волгоградской области)
57. Гендерные особенности предвыборных кампаний (на примере деятельности М. Тэтчер)
58. Процесс позиционирования как технология формирования имиджа политической партии (на примере ЛДПР)
59. Плакат как двигатель пропаганды в период НЭПа
60. Технология формирования бренда продукции (на примере Краснодарского края)
61. Взаимодействие организации с региональными СМИ (на материалах Краснодарского края)
62. Сайт как инструмент PR в деятельности специалиста по связям с общественностью: региональный аспект.
63. Федеральное агентство «Фонд кино» как инструмент продвижения имиджа отечественного кинематографа
64. Фирменный стиль Федерального агентства «Россотрудничество» как инструмент корпоративной идентификации организации
65. Современные технологии развития и продвижения городской среды (на примере программы корпоративного волонтерства «Комбинат Добра» ПАО «Норникель»)
66. Социальные сети как инструмент коммуникации с потребителем (на примере ПАО «Сбербанк»)

67. PR-технологии в деятельности пресс-службы Министерства культуры Российской Федерации
68. Система коммуникаций администрации Краснодарского края: региональный аспект
69. PR-сопровождение людей с ограниченными возможностями (на примере деятельности ООО «Блокнот Краснодар»)
70. Формирование имиджа политического лидера в условиях миграционных процессов (на примере Ангелы Меркель)
71. Деятельность коммуникационных служб в аспекте продвижения имиджа организации: сравнительный подход (на примере ВТБ, Газпромбанка)
72. Историко-культурный потенциал как инструмент продвижения территории (на примере г. Сочи)
73. Рекламодатель и рекламный агент: система построения коммуникаций
74. Популяризация культурно-исторического наследия г. Краснодара посредством ООО «Юга.ру»
75. Event-менеджмент концертно-театральной деятельности как инструмент формирования имиджа «Гоголь-центра»
76. PR-технологии продвижения территориального бренда (на примере республики Беларусь)
77. «Сделано на Кубани» как региональный имиджевый бренд
78. Современные технологии формирования имиджа ОАО «Российские железные дороги»
79. Социальный маркетинг как инструмент продвижения здорового образа жизни: отечественный опыт
80. Сайт администрации Астраханской области как инструмент формирования общественного мнения
81. Фестиваль «Рок над Волгой» как инструмент продвижения имиджа РФ
82. Деятельность пресс-службы ГУ МВД России по Краснодарскому краю в аспекте формирования имиджа региона
83. PR-технологии продвижения имиджа территории (на примере города-курорта Пятигорск)
84. Технологии продвижения организации в сети Интернет (на примере ЮНЕСКО)
85. PR-технологии продвижения малого и среднего бизнеса как имиджформирующий компонент: региональный аспект
86. Пропаганда правильного питания как инструмент формирования ценностного отношения к ЗОЖ у молодежи
87. Деятельность департамента информационной политики Краснодарского края в аспекте формирования имиджа региона
88. Сайт ЗСК Краснодарского края как информационный канал взаимодействия с общественностью
89. Корпоративная культура «Роскосмос» как инструмент формирования имиджа организации
90. Динамика трансформации имиджа (на примере С. К. Шойгу)
91. Русско-китайский фестиваль в системе межкультурной коммуникации (на примере фестиваля в г. Благовещенске)
92. Сайт Министерства здравоохранения Краснодарского края как инновационная технология взаимодействия с общественностью
93. Паблики в социальных сетях как современная политическая технология продвижения имиджа президента (на примере США)
94. Социальная реклама как инструмент формирования семейных ценностей: российский и зарубежный опыт

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)

_____ 2021 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
БАКАЛАВРА

НАИМЕНОВАНИЕ ТЕМЫ

Работу выполнил _____ Инициалы,
фамилия(подпись)
Факультет _____

Направление _____

Нормоконтролер,
должность, ученая степень,
ученое звание _____ Инициалы,
фамилия(подпись)

Краснодар 2021

Приложение 3

Образец оглавления ВКР

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....

..

1
1.1
1.2

.....

2
.....

2.1
.....

2.2

.....

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: _____

Приложение 5
**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 7.
Матрица компетенций

Матрица компетенций
направления подготовки / специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(код и наименование направления подготовки/специальности)
направленность (профиль) / специализация Реклама и связи с общественностью в СМИ

| Индекс | Наименование дисциплин | Компетенции | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--|-------------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|------|------|------|--|
| | | УК-1 | УК-2 | УК-3 | УК-4 | УК-5 | УК-6 | УК-7 | УК-8 | УК-9 | УК-10 | ОПК-1 | ОПК-2 | ОПК-3 | ОПК-4 | ОПК-5 | ОПК-6 | ОПК-7 | ПК-1 | ПК-2 | ПК-3 | ПК-4 | |
| Б1.О.01 | Введение в направление подготовки | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.02 | Правоведение | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.03 | Основы проектной деятельности (в рекламе и связях с общественностью) | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.04 | Организационное поведение | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.05 | Иностранный язык | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.06 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | | | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.06.01 | Русский язык и основы деловой коммуникации | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.06.02 | Практикум по русскому языку и основам деловой коммуникации | | | | + | | | | | | | + | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.07 | Философия | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.08 | История | | | | | + | | | | | | | | | | + | | | | | | | |
| Б1.О.08.01 | История (история России, всеобщая история) | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.08.02 | История Кубани | | | | | + | | | | | | | | | | + | | | | | | | |
| Б1.О.09 | Психология | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.10 | Физическая культура и спорт | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.11 | Безопасность жизнедеятельности | | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.12 | Экономика | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.13 | Культурология | | | | | | | | | | | | | | | + | | | | | | | |
| Б1.О.14 | Социология рекламы | | | | | | | | | | | + | | | | | | | | | | | |
| Б1.О.15 | Модуль 1 Коммуникология | + | + | + | | + | | | | | | + | | | + | + | + | | + | | | | |
| Б1.О.15.01 | Риторика | | | + | | | | | | | | + | | | | + | | | | | | | |

Приложение 8.
Рецензии на ОПОП

ЭКСПЕРТНОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ
на основную профессиональную образовательную программу
высшего образования
Направление подготовки
42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
(уровень бакалавриата)
(профиль – «Реклама и связи с общественностью в СМИ»)
(очная форма обучения)

Программа подготовлена на кафедре рекламы и связей с общественностью ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет». Основная профессиональная образовательная программа включает в себя следующие разделы: общие положения; общую характеристику образовательной программы; характеристику профессиональной деятельности выпускников; планируемые результаты освоения образовательной программы; структуру и содержание образовательной программы; условия осуществления образовательной деятельности по образовательной программе.

Рабочие программы специальных, смежных, фундаментальных дисциплин, факультативных курсов и практики построены по единой схеме. Рабочие программы дисциплин содержат пояснения 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 профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО) направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Реклама и связи с общественностью в СМИ») 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 профессиональную образовательную программу
высшего образования

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
(профиль – «Реклама и связи с общественностью в СМИ»)
(очная форма обучения)

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

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО) закладывает базовые знания направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Профиль «Реклама и связи с общественностью в СМИ».

Программа содержит следующие разделы: общие положения; общую характеристику образовательной программы; характеристику профессиональной деятельности выпускников; планируемые результаты освоения образовательной программы; структуру и содержание образовательной программы; условия осуществления образовательной деятельности по образовательной программе.

Учебно-методическое обеспечение общей профессиональной 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.

ОПОП 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, организовывать и 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 ОПОП авторы-составители особо выделяют формирование у выпускника следующих профессиональных компетенций: способность разрабатывать и планировать маркетинговую стратегию организации, способствующую увеличению продаж продукции СМИ; способность осуществлять контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ; способность организовывать работу по созданию и редактированию контента сайта, в том числе осуществлять управление и контроль в данной сфере; способность осуществлять мониторинг коммуникационной инфраструктуры организации и анализ информационных потребностей посетителей сайта.

Таким образом, основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОПВО) по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (профиль – «Реклама и связи с общественностью в СМИ») 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».

Директор рекламного агентства
«ОКЕЙ-ПРЕСС»



[Handwritten signature]
подпись, расшифровка.