

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 25.08.2019 10:12:51

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975kСамарский государственный социально-педагогический университет»

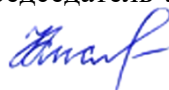
МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ



Кислова Н.Н.

30.08.2019

Аннотации дисциплин (модулей), практик

Направление подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки

«Технологии рекламы и связей с общественностью»

Название дисциплины **Всеобщая история**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Цель изучения дисциплины: изучение основных этапов социально-экономического, политического и идеологического развития человеческого общества</p> <p>Задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> – создать научное представление об узловых моментах истории человечества и излагать основные исторические факты, даты, события и имена исторических деятелей в хронологической последовательности; – знакомить с источниками исторического знания; – развивать основы исторического мышления, умение выражать и обосновывать свое мнение в обсуждении исторических проблем; – выработать умение работать с исторической литературой; развивать навыки сравнительного анализа фактов и явлений общественной жизни на основе исторического материала; – развивать способность к аналитическому мышлению и стремление к расширению эрудиции на основе интереса к истории; – развивать способность вести диалог. <p>Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии</p>	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.03
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале: История (школьный курс)	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
История России	
Философия	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	
Владеет технологиями поиска научной информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп в разные исторические эпохи (Древний мир, Средние века, Новое время, Новейшее время) ведущих стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США) в электронных библиотечных системах, профессиональных базах данных и открытых источниках информации.	
УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения	
Умеет соотносить общие исторические процессы и отдельные факты, характеризующие историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп в разные исторические эпохи (Древний мир, Средние века, Новое время, Новейшее время) ведущих стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США). Знает основные исторические события и основных исторических деятелей ведущих стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США) в указанные исторические периоды.	
УК-5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции	
Умеет применять знания об историко-культурных особенностях народов стран Западной Европы (Великобритания, Франция, Германия) и Северной Америки (США) при взаимодействии с различными социальными группами в процессе выполнения профессиональных задач	

Название дисциплины **История России**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Цель изучения дисциплины: формирование у студентов целостной картины знаний исторического развития России с древнейших времен до настоящего времени; овладение студентами основами знаний об историко-культурном своеобразии Российского государства, его месте в мировой и европейской истории; привитие обучающимся навыков научного осмысления и понимания российской истории как интегративной части всемирной истории.</p> <p>Задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • анализ основных этапов и закономерностей исторического развития для формирования гражданской позиции; 	

- расширение общего кругозора студентов, привитие им навыков исторического мышления;
- приобщение будущих педагогов к богатому социальному опыту предыдущих поколений, к духовно-нравственным ценностям и идеалам народов нашей страны;
- развитие ощущения связи времен, слитности и неразрывности прошлого–настоящего–будущего, воспитание уважения к прошлому своего Отечества;
- формирование понимания исторической ответственности общества в целом и каждого его отдельного члена за свои действия перед памятью предков и судом потомков, то есть исторического сознания;
- раскрытие творческих возможностей молодежи, повышение ее профессиональной культуры.

Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.03

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Изучение данной дисциплины базируется на знаниях, умениях, навыках и опыте, полученных при освоении школьного курса «История России».

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Всеобщая история

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп

Умеет находить в исторических источниках и историографии, использовать в профессиональной деятельности необходимую информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп периода Древнерусского государства, русских земель времен феодальной раздробленности, Российского государства, Российской империи, революции 1917 г. в России и гражданской войны, Советского периода, Российской Федерации.

УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения

Знает историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп периода Древнерусского государства, русских земель времен феодальной раздробленности, Российского государства, Российской империи, революции 1917 г. в России и гражданской войны, Советского периода, Российской Федерации.

Знает основные события и основных исторических деятелей российской истории в соответствующие периоды.

Соотносит контекст мировой истории и культурные традиции мира, включая мировые религии, философские и этические учения, с отечественной историей соответствующего периода.

УК-5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции

Умеет применять знания об истории России, культурных особенностях и традициях населяющих ее народов при взаимодействии с различными социальными группами в процессе выполнения профессиональных задач.

Название дисциплины Философия

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: является сформировать у будущих бакалавров мировоззренческую культуру, методологические основы научного познания, прочные знания по истории философии, ознакомить студентов с основными проблемами философии, в том числе спецификой философского знания; способствовать развитию интереса к учебно-исследовательской деятельности и потребности в постоянном самообразовании.

Задачи изучения дисциплины:

формирование способности следовать этическим принципам, основанным на общефилософских представлениях о месте и роли человека в современных образовательных системах, науке, обществе в процессе обучения, воспитании, развитии, просвещении; осуществлять целеполагания в проектировании и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования; обнаруживать и моделировать проблемы предметной и профессионально-педагогической стороны образовательного процесса в соответствии с принципами научного мировоззрения; разрабатывать технологий реализации образовательного процесса и просветительских программ в согласии с общенаучными и конкретно-научными методами, гуманитарными идеалами и гуманистическими установками.

Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.03

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

«Информационные технологии и системы», «Всеобщая история», «Русский язык и культура речи»

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

«Решение профессиональных задач», «Иностранный язык», «История России»

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи

Владеет философской культурой постановки задачи, определения этапов и инструментария её решения.

УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи

Знает общенаучные методы познания.

Умеет применять методы анализа, синтеза, индукции, дедукции, аналогии, классификации в социальной практике, профессиональной деятельности, при решении личностных смысло-жизненных проблем.

УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивает их преимущества и риски

Умеет философски обосновать выбор решения поставленной задачи, оценивать возможности и риски.

УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки; отличает факты от мнений,

Знает формы и законы мышления, логические основы теории аргументации, доказательства и опровержения.

Владеет правилами аргументации, доказательства, критики и опровержения при формулировании собственных и чужих суждений и оценок.

УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия возможных вариантов решения задачи

Знает философию ценностей, их иерархию в различных философских системах.

Умеет оценивать практические последствия решения задач различного уровня сложности с точки зрения представлений о соотношении ценностей и интересов.

Владеет базовыми знаниями в области аксиологии, способностями к осознанному выбору решения в координатах соотношения ценностей и интересов

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

УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп

Знает проблемы классической теоретической философии, социальной философии, философской антропологии и философские основания конкретных наук и искусств о человеке.

Умеет выражать и обосновывать свою позицию по отношению к конкретным фактам, событиям, собственной стратегии саморазвития, при взаимодействии в социальных группах с применением философских принципов.

Умеет применять философские принципы для саморазвития и взаимодействия в социальных группах.

Владеет базовым понятийным аппаратом и терминологией в области философии и философских оснований конкретных наук и искусств, основами интерпретации культурно-исторического наследия, в том числе форм мировоззрения: религии, философии, этики.

УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения

<p>Знает основные этапы и закономерности истории философии. Умеет характеризовать естественнонаучные и культурные процессы, социокультурные традиции, мировоззренческие проблемы (философские, религиозные, этические) в истории человечества, истории России с позиции философского знания.</p>
<p>УК-5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции</p>
<p>Умеет осуществлять критический подход к явлениям и процессам в природе, культуре и обществе для преодоления отчуждения, этической недостаточности, манипулирования, конформизма в отношениях между людьми. Владеет базовыми навыками целеполагания в профессиональных стратегиях и принятии решений, элементарного этического анализа ситуации конфликта и управленческих решений, коммуникативными практиками в мультикультурной среде.</p>

Название дисциплины **Культурология**

<p>1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</p>
<p>Цель изучения дисциплины - сформировать необходимые знания о культурологии, предмете, задачах и проблемах этой науки, ее теоретической и практической значимости. Задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявить основные концептуальные моменты теории культуры, рассмотреть наиболее влиятельные современные культурологические концепции; • рассмотреть закономерности и особенности культурного развития в различные эпохи человеческой истории в различных регионах мира, выработать понимание своеобразия культур других народов; • способствовать ориентированию будущих специалистов в сфере публичных коммуникаций на самостоятельное осмысление проблем культуры. <p>Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)</p>

<p>2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ</p>
<p>Цикл (раздел) ОП: Б1.О.01</p>
<p>2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:</p>
<p>Содержание дисциплины базируется на материале: Исходный уровень знаний не подразумевает знакомства с той или иной конкретной дисциплиной, однако предполагается, что общие знания студента соответствуют выдвигаемым для выпускника старших классов общеобразовательной школы требованиям</p>
<p>2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:</p>
<p>История русской литературы</p>
<p>История зарубежной литературы</p>

<p>3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</p>
<p>УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах</p>
<p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p>
<p>Знает базовые понятия культурологии; знает о закономерностях развития мировых культур, а также о типологии классификации культур; Умеет выделять особенности определенной культуры, доминирующих в ней ценностей</p>
<p>ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</p>
<p>ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса</p>
<p>Умеет анализировать сильные и слабые стороны научных концепций, связанных с изучением культуры</p>

<p>ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов</p>
--

Знает факты культуры, в совокупности составляющие систему культурных феноменов;
 - связи между элементами культуры;
 - динамику культурных систем;
 - способы производства и усвоения культурных феноменов;
 Умеет использовать знания о типах культур и лежащих в их основе нормах, ценностях и символах (культурных кодах) при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов

Название дисциплины История русской литературы

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: является формирование представления об основных эстетических, идеологических и культурологических тенденциях литературного процесса в России, выработка навыков ориентации в литературном пространстве.

Задачи изучения дисциплины: – изучение педагогических подходов к современным направлениям в преподавании истории отечественной литературы;

– научиться видеть и понимать культурно-исторические особенности художественного мышления различных эпох отечественного искусства;

- анализировать исторические, философские, культурные и литературные факторы, определявшие литературную ситуацию в России;

- изучить социально-культурные формы протекания литературного процесса в России.

Область профессиональной деятельности: СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Философия Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи (УК-

Современный русский язык Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

История зарубежной литературы

История массовых коммуникаций в России и за рубежом

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса

Знает основные этапы развития отечественной литературы

Умеет восстанавливать контекст эпохи, необходимый адекватного понимания авторской интенции

ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Способен учитывать образы и сюжеты отечественной литературы и иные литературные явления, теоретико-литературные категории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов

Название дисциплины История зарубежной литературы

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<p>Цель изучения дисциплины: формирование представления об основных эстетических, идеологических и культурологических тенденциях литературного процесса в зарубежных странах, выработка навыков ориентации в литературном пространстве</p> <p>Задачи изучения дисциплины: - научиться видеть и понимать культурно-исторические особенности художественного мышления различных эпох искусства;</p> <p>- анализировать исторические, философские, культурные и литературные факторы, определявшие литературную ситуацию;</p> <p>- выявить и познать национальную специфику литератур отдельных стран и ее проявления в творчестве представителей этих литератур;</p> <p>- изучить социально-культурные формы протекания литературного процесса в зарубежных странах.</p> <p>Область профессиональной деятельности: СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</p>
--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.02
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Философия Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи (УК-1.1)	
Иностранный язык Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
История русской литературы	
История массовых коммуникаций в России и за рубежом	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	
Знает основные этапы истории зарубежной литературы; факторы, повлиявшие на формирование определённых направлений зарубежной литературы, жанрообразующие законы	
ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Умеет использовать знания по истории зарубежной литературе в своей профессиональной деятельности	

Название дисциплины История массовых коммуникаций в России и за рубежом

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
<p>Цель изучения дисциплины: является формирование знаний, связанных с основными тенденциями и национальными особенностями развития коммуникации в России и крупнейших зарубежных странах и регионах мира.</p> <p>Задачи изучения дисциплины:</p> <p>сформировать представления об основных этапах развития и становления массовых и рекламных коммуникациях;</p> <p>- дать представления о базовых понятиях в области массовых коммуникаций и их роли в истории развития общества;</p> <p>- изучить закономерности становления и развития массовых коммуникаций в контексте истории отечественной журналистики и рекламной деятельности;</p> <p>- изучить закономерности становления и развития массовых коммуникаций в контексте истории зарубежной журналистики и рекламной деятельности;</p> <p>Область профессиональной деятельности:</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.02
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
1. История России	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Мультимедийные коммуникации Творческие технологии в рекламе	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	
ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса	
Знает ведущие события и этапы отечественной и мировой журналистики; взаимосвязь журналистики с научными, религиозными и философскими идеями, литературными направлениями	
ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Умеет использовать знания о событиях и этапах отечественной и мировой журналистики в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	

Название дисциплины **Иностранный язык**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: подготовка студентов к осуществлению устной и письменной коммуникации в ситуациях повседневного и делового общения.	
Задачи изучения дисциплины:	
- развитие фонетических, лексических и грамматических навыков для обеспечения продуктивной коммуникации на иностранном языке;	
- расширение представлений о правилах речевого этикета и социокультурных нормах общения на изучаемом иностранном языке;	
- обеспечение опыта использования современных ИКТ и пространства интернета в учебных целях для расширения лингвистических и социокультурных знаний;	
- развитие умений написания официальных и неофициальных писем;	
- развитие умений коммуникативно и культурно приемлемого устного общения на иностранном языке;	
- обучение основным приемам перевода с иностранного языка на русский язык.	
Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.03
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
курс «Иностранный язык» на предыдущей ступени образования	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Язык делового общения в деятельности журналиста	
Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	
УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном(ых) языке(ах) коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами	

Знает правила речевого этикета и социокультурные нормы общения на изучаемом иностранном языке.
 Умеет выбирать вербальные и невербальные средства в рамках изучаемого содержания обучения для достижения поставленных коммуникативных задач и целей межличностного общения на иностранном языке.
 Владеет необходимым объемом фонетических, лексических и грамматических единиц для обеспечения продуктивной коммуникации на иностранном языке.

УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном(ых) языке(ах)

Умеет находить и отбирать нужную информацию из иноязычных источников на печатных и электронных носителях при подготовке текстов на изучаемом иностранном языке в рамках предметной тематики дисциплины.
 Владеет опытом использования современных ИКТ и пространства интернета в учебных целях для расширения лингвистических и социокультурных знаний.

УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном(ых) языке(ах)

Знает правила построения письменных высказываний в ситуациях повседневного и делового общения на иностранном языке.
 Умеет корректно использовать речевые средства с учетом социокультурных норм иностранного языка при написании официальных и неофициальных писем по темам программы дисциплины.
 Владеет опытом построения письменного высказывания с использованием стилистически приемлемых языковых и речевых средств иностранного языка.

УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном(ых) языке(ах)

Знает социокультурные нормы устного делового общения на иностранном языке.
 Умеет ясно, логично и связно излагать свои мысли, используя адекватные языковые средства в соответствии с коммуникативной ситуацией.
 Владеет опытом построения устного высказывания с использованием стилистически приемлемых языковых и речевых средств иностранного языка в рамках предметной тематики дисциплины.

УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод текстов с иностранного(ых) языка(ов) на государственный язык

Умеет находить и корректно использовать эквиваленты лексических и грамматических единиц иностранного языка при переводе иноязычных академических текстов на государственный язык Российской Федерации.
 Владеет опытом перевода академических текстов по предметной тематике дисциплины с иностранного языка на государственный язык Российской Федерации.

Название дисциплины Безопасность жизнедеятельности

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: формирование у бакалавров представлений о безопасных и комфортных условиях труда на рабочем месте, последствиях воздействия негативных факторов на организм человека, а также о действиях в условиях возникновения чрезвычайных ситуаций и использованию методов защиты от них.

Задачи изучения дисциплины: владение основными понятиями в области безопасности жизнедеятельности; знание основных видов чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, причин и особенностей каждого из видов ЧС; изучение целей и задач спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятий; развитие положительной мотивации сохранения и укрепления собственного здоровья через овладение принципами здорового образа жизни.

Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.04

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

«Физическая культура»

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Производственная практика (преддипломная практика)

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций
УК-8.1. Обеспечивает безопасные и (или) комфортные условия труда на рабочем месте
<p>Знает основные негативные факторы среды обитания; теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «человек - среда обитания»; основные принципы здорового образа жизни; методы профилактики стресса и утомления; оптимальные параметры микроклимата в помещениях образовательных учреждений; особенности влияния электромагнитного излучения на здоровье человека, классификацию источников электромагнитного излучения; особенности воздействия шума на физиологию и психологию человека, санитарные нормы допустимого уровня шума в помещениях образовательных учреждений; особенности воздействия на человека ультрафиолетового, лазерного и ионизирующего излучений и источники данных видов излучений; принципы радиационной безопасности; принципы организации безопасного и комфортного освещения в учебных помещениях образовательных учреждений.</p> <p>Умеет создавать и поддерживать здоровьесберегающие условия для учебного процесса и внеурочной деятельности учащихся в образовательных учреждениях, соответствующие требованиям СанПиН и ГОСТ.</p> <p>Владеет навыками составления оценки условий труда на рабочем месте.</p>
УК-8.2. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте
<p>Знает правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности; анатомо-физиологические последствия для человека воздействия опасных и вредных факторов окружающей среды; санитарно-технические требования к помещениям образовательных учреждений; методы защиты от повышенного уровня шума в образовательном учреждении; способы защиты учащихся от воздействия электромагнитного излучения в помещениях образовательных учреждений.</p> <p>Умеет применять средства защиты от негативных воздействий факторов внешней среды (электромагнитного, ультрафиолетового, лазерного и ионизирующего излучения, шума, вибрации, электрического тока, химических веществ).</p> <p>Владеет навыками составления алгоритма действий при возникновении угрозы негативного влияния на здоровье учащихся факторов внешней среды (электромагнитного, ультрафиолетового, лазерного и ионизирующего излучения, шума, вибрации, электрического тока, химических веществ).</p>
УК-8.3. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте
<p>Знает определение и классификацию чрезвычайных ситуаций (ЧС) по характеру происхождения, по масштабам последствий и по причинам возникновения; основы прогнозирования и предупреждения ЧС природного и техногенного происхождения; права и обязанности граждан РФ в области защиты от ЧС природного и техногенного характера и их последствий; предназначение, задачи, структуру и режимы функционирования Российской системы предупреждения и ликвидации ЧС природного и техногенного происхождения.</p> <p>Умеет классифицировать чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера; распознавать признаки приближающихся ЧС; составлять алгоритм действий при угрозе возникновения и внезапном возникновении ЧС природного и техногенного характера.</p> <p>Владеет навыками составления алгоритма действий при внезапном возникновении, угрозе возникновения стихийных бедствий и ЧС техногенного происхождения.</p>
УК-8.4. Принимает участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций
<p>Знает силы и средства ликвидации ЧС; цели и основные задачи спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятий; особенности оповещения населения о ЧС и его эвакуацию; специальную (полную или частичную) обработку населения и территорий после ЧС.</p> <p>Умеет составлять алгоритм действий при проведении спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций.</p> <p>Владеет навыками составления алгоритма действий при возникновении спасательных и неотложных аварийно-восстановительных работ.</p>

Название дисциплины Физическая культура

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<p>Цель изучения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи изучения дисциплины: формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту</p> <p>Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале: школьного курса «Физическая культура», «Биология», «Обществознание»	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Безопасность жизнедеятельности	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни	
Знает средства, методы, социально-биологические основы физической культуры, ее рекреационные функции для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдения норм здорового образа жизни. Умеет подбирать средства физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдения норм здорового образа жизни.	
УК-7.2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности	
Умеет определять уровень физической подготовленности и выбирает здоровьесберегающие технологии с учетом физиологических особенностей организма и условий профессиональной деятельности.	

Название дисциплины Общая физическая подготовка

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Цель изучения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи изучения дисциплины: формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;</p> <p>Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии</p>	
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале: школьного курса «Физическая культура», «Биология», «Обществознание»	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Безопасность жизнедеятельности, производственная практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни
Знает влияние оздоровительных средств физического воспитания в укреплении здоровья и организацию спортивно-массовых мероприятий для пропаганды здорового образа жизни. Умеет применять средства физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
УК-7.2.Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности
Имеет опыт планирования и выполнения индивидуально подобранных комплексов физических упражнений общей, оздоровительной и профессионально-прикладной физической культуры.

Название дисциплины Базовые виды спорта

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Целью освоения элективной дисциплины «Физическая культура и спорт» является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности. Задачи изучения дисциплины: понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности; формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте; приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту; создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений. Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Анатомия	
Физическая культура	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности
УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни
Знает влияние оздоровительных средств физического воспитания в укреплении здоровья и организацию спортивно-массовых мероприятий для пропаганды здорового образа жизни. Умеет применять средства физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.
УК-7.2.Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности
Имеет опыт планирования и выполнения индивидуально подобранных комплексов физических упражнений общей, оздоровительной и профессионально-прикладной физической культуры.

Название дисциплины **Оздоровительное плавание**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Цель изучения дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи изучения дисциплины: формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом; овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;</p> <p>Область профессиональной деятельности: Связь, информационные и коммуникационные технологии</p>	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале: школьного курса «Физическая культура»	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Безопасность жизнедеятельности, производственная практика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	
УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни	
<p>Знает влияние оздоровительных средств физического воспитания в укреплении здоровья и организацию спортивно-массовых мероприятий для пропаганды здорового образа жизни.</p> <p>Умеет применять средства физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.</p>	
УК-7.2.Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности	
Имеет опыт планирования и выполнения индивидуально подобранных комплексов физических упражнений общей, оздоровительной и профессионально-прикладной физической культуры.	

Название дисциплины **Введение в коммуникационные специальности**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов знания о специфике журналистской профессии, системе журналистского образования, культуре умственного труда, особенностях СМИ как формы распространения массовой информации.</p> <p>Задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> -рассмотреть формы и методы творческой работы журналиста над профессиональным журналистским текстом, его функциональные особенности и технологические характеристики; - дать представление о базовых положениях профессии и законах функционирования современных СМИ; - подготовиться к участию в соответствии с должностным статусом в организации работы медиапредприятий, их подразделений, творческих коллективов; <p>Область профессиональной деятельности: Авторский, маркетинговый, организационный</p>	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Цифровые коммуникации	

	2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления		

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
 Знает тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических, и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы
 Умеет учитывать структуру рынка рекламы и PR в стране и регионе при планировании деятельности

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

ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
 Знает типы коммуникационных специальностей

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
 Умеет выбирать приемы сбора, обработки и распространения информации согласно цеховым принципам
 Владеет навыками анализа поведения специалиста во время исполнения профессиональных обязанностей

Название дисциплины Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью изучения дисциплины является формирование теоретико-методологического базиса изучения следующих за курсом основ теории коммуникации социально-коммуникационных и профессиональных дисциплин; освоение социокоммуникативного категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм коммуникации, являющихся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста в сфере медиа; понимание возможностей практического приложения социальной коммуникации, ее взаимосвязи с жизненной средой.

Задачи изучения дисциплины

– дать представление о принципах построения эффективной социальной коммуникации;

- развить навыки участия в организации и проведении коммуникационных исследований с целью составления прогноза развития сферы деятельности организации;

- сформировать умение собирать и систематизировать научно-практическую информацию, касающуюся актуальных методов построения и корректировки внешних и внутренних коммуникаций, в том числе с использованием информационных технологий;

- выработать навыки составления аналитических записок, обзоров и отчетов по результатам проведения коммуникационного аудита.

Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиoproграммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.05

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Философия

2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Теория и практика массовой информации	
Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	
Психология журналистики	
Социология журналистики	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития

Знает исторически сложившиеся подходы к исследованию социальных коммуникаций

ОПК-2.2.Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

Владеет навыком составления аналитических записок и прогнозов относительно коммуникационных процессов и состояния коммуникационных систем

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

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Знает основные принципы изучения и построения коммуникационных систем

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Умеет подобрать и использовать инструментарий для коммуникационного аудита в зависимости от конкретных профессиональных задач в сфере массовых коммуникаций

Название дисциплины Социология медиакоммуникаций

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: обеспечить подготовленность студентов к анализу и прогнозированию сложных социальных проблем, владению методикой проведения социологических исследований и сформировать способность применить результаты исследования к решению конкретных проблем в социальной и профессиональной сферах.

Задачи изучения дисциплины:

Сформировать представления о специфике эмпирического анализа массовых коммуникаций и их аудитории; основных методах исследований, применяемых в России и за рубежом.

Сформировать навыки применения на практике методов социологических исследований, определения запросов и потребностей общества и отдельных аудиторных групп.

Выработать умение применения методов социологических исследований и приемов анализа текстов с целью выявления их социально значимого содержания.

Сформировать умение учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов.

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Социальная психология	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	
Знает специфику эмпирического анализа массовых коммуникаций и их аудитории; основные методы исследований, применяемые в России и за рубежом Умеет применять на практике методы социологических исследований, умеет определять запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп	

ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Умеет анализировать любую ситуацию с точки зрения социологического подхода; Умеет применять на практике методы социологических исследований и приемы анализа текстов с целью выявления их социально значимого содержания. Способен учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов	

Название дисциплины Теория и практика медиакommunikаций

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: познакомить студентов с основными теоретическими аспектами массовой информации, спецификой различных жанров массовой информации, особенностями медиа в современной инфосфере. Задачи изучения дисциплины: - сформировать представление об основных особенностях современных СМИ; - научить технологиям создания современных журналистских текстов; - ознакомить с инновационными подходами к созданию современных текстов для СМИ; - научить ориентироваться в современных жанрах журналистики; - сформировать представление о контекстах современных мультимедийных платформ. Область профессиональной деятельности: СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале: Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации Текст в системе массовой коммуникации	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Коммуникативная оптимизация медиатекстов Новые медиа в системе массовой коммуникации	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
Знает особенности массовой информации; Умеет выявлять отличительные особенности медиатекстов, предназначенных для разных медиасегментов и платформ	

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Умеет применять инновационные подходы, создавая медиатексты; Владеет технологиями создания современных публикаций в сфере медиа

Название дисциплины Фото- и видеосъемка

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Цель изучения дисциплины: формирование у слушателей основных практических умений и навыков создания фото и видеоконтента, на получение новых знаний в области технологии создания фото и видеопроекта, и составлена с учетом требований к уровню знаний, умений и навыков, необходимых для организации процесса фото и видеосъемки культурно-просветительных и творческих мероприятий Задачи изучения дисциплины: расширить представления об основных направлениях деятельности в сфере фото и видеотворчества; познакомиться с этапами создания видео- и фотопродукта; – обучить работе с видеоаппаратурой Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.05
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале: Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях Цифровые коммуникации	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Теория и практика рекламы Компьютерная графика	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	
ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	
Умеет отбирать фото- и видеотехнику, программы обработки фотографий, программа видеомонтажа для решения конкретных профессиональных задач	

ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
Умеет использовать современные технические средства для фотосъемки, видео-, аудиозаписи информации в процессе создания коммуникационных продуктов Владеет методами обработки и редактирования фото- и видеоизображения с использованием современных технических средств	

Название дисциплины Теория и практика связей с общественностью

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Цель дисциплины – дать развернутое представление о связях с общественностью как профессии и бизнесе, о регулировании и саморегулировании в связях с общественностью и других родственных специальностях, об организационных основах связей с общественностью, о стратегии и тактике коммуникаций, сформировать необходимые исследовательские навыки и умения в проведении PR-мероприятий и составлении PR-документов.

<p>Задачи изучения дисциплины: познакомить студентов с историей становления и базовыми принципами организации современной индустрии связей с общественностью. В результате студент должен иметь представление об отраслевых и национально-культурных особенностях реализации PR- проектов; обучение основным методам работы с арсеналом средств коммуникативного воздействия, обретение навыков использования этих инструментов в ходе практического осуществления кампаний; овладение методиками тестирования и экспертной оценки PR-продукта для определения его эффективности, соответствия правовым и этическим нормам. - сформировать базовые представления о роли и специфике проектного режима PR-деятельности в современной системе общественных отношений России и зарубежных стран; представить основные принципы, цели и задачи кампаний по связям с общественностью в виде системы; дать характеристику основным этапам планирования и организации кампаний по связям с общественностью; подробно изложить суть основных методов, технологий и инструментов анализа, планирования, реализации, презентации и оценки эффективности кампаний по связям с общественностью; закрепить полученные студентами знания в процессе анализа тренировочных ситуаций и проектирования PR-кампаний; ознакомить студентов с российской спецификой рынка услуг по планированию и организации PR- кампаний.</p> <p>Область профессиональной деятельности: Об Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.05
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале	
Социальная психология	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Внутрикорпоративный PR	
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	
Рекламные и PR-услуги в Самарском регионе	
Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления	
Менеджмент в рекламе и связях с общественностью	
Интернет-маркетинг	
Медиарилейнз	
Основы рекламы и паблик рилейнз в средствах массовой информации	
Брендинг	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, используемых для целей PR	
Уметь: строить отношения организации с ее группами общественностями с использованием соответствующих медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей PR	
Владеть: современными технологиями создания медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей PR	
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Умеет создавать тексты для решения различных коммуникативных задач связей с общественностью	
ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	
ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп	
Владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных PR-кампаний и PR-мероприятий	

ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Умеет ставить задачи для маркетинговых и социологических исследований в целях изучения целевой аудитории базисного субъекта PR

Название дисциплины Теория и практика рекламы

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Цель изучения дисциплины: формирование у студентов системы знаний о рекламной деятельности и ее роли в современных коммуникационных потоках.
Задачи изучения дисциплины: изучить технологии создания креативного, продающего рекламного продукта; приобрести умение определять особенности объекта продвижения, целевой аудитории, разработки позиционирования объекта продвижения с учётом конкурентной среды и ожиданий целевой аудитории; приобрести навыки планирования, разработки, проведения и оценки эффективности рекламной кампании.
Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
Цикл (раздел) ОП: Б1.О.05
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:
Теория и практика связей с общественностью
Теория и практика медиакommunikаций
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Мультимедийные коммуникации
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, используемых для целей рекламы
Уметь: строить отношение организации с ее группами общественностями с использованием соответствующих медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей рекламы
Владеть: современными технологиями создания медиатекстов и (или) медиапродуктов для целей рекламы
ОПК-1.2.Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Умеет создавать тексты для решения различных коммуникативных задач рекламы

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
Владеет навыками исследования коммуникационных эффектов на разных этапах проведения коммуникационных рекламных кампаний

ОПК-4.2.Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Умеет ставить задачи для маркетинговых и социологических исследований в целях изучения целевой аудитории рекламируемого объекта

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Знает возможности использования современных технических средств и программного обеспечения в практике создания рекламных продуктов
ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Умеет применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение при создании текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов

Название дисциплины Маркетинг

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
<p>Цель изучения дисциплины: формирование у студентов системы теоретических знаний о маркетинге как о философии бизнеса и управленческой концепции, а также как о процессе определения, производства и передачи потребителю товарной ценности; выработка практических умений применения основных маркетинговых методов, инструментов и процедур, владения навыками организации, управления и проектирования маркетинговой деятельности предприятия.</p> <p>Задачи изучения дисциплины: - получение студентами представления о маркетинге как о философии и идеологии ведения бизнеса, позволяющей выявлять и удовлетворять рыночные потребности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение представления об основных принципах маркетинга, комплексе маркетинга и его составляющих; - овладение процедурами исследования и сегментирования рынков, позиционирования рыночного предложения; -изучение основ разработки и реализации маркетинговых стратегий и программ; - приобретение умений в области формирования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политик предприятия, - умение управлять процессом определения и создания потребительской ценности, - наработка навыков принятия и аргументации решений в отношении маркетинговой деятельности предприятия в меняющейся рыночной ситуации <p>Область профессиональной деятельности: СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ
Цикл (раздел) ОП: Б1.О.05
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:
Основы правовых норм и экономических отношений. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта,
Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации. Знает совокупность политических, экономических
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Медиапланирование
Медиарилейшнз

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
Умеет формулировать маркетинговую информацию для медиатекстов и (или) медиапродуктов
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Умеет создавать медиатексты и (или) медиапродукты на основе маркетинговой информации

Название дисциплины Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Целью дисциплины является обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделе по связям с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах, а также формирование возможности прикладного применения полученных знаний в организации работы отдела по связям с общественностью.	
Задачи изучения дисциплины: дать представление о функциях, задачах, принципах работы, статусе и структуре отделов по связям с общественностью; ознакомить с принципами планирования и программирования, а также организации работы отделов по связям с общественностью; научить пользоваться методами анализа и обработки значимых массивов данных.	
Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.01
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале	
Теория и практика связей с общественностью	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Производственная практика (профессионально-творческая практика)	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	
Знает содержание основных теорий, концепций, ключевых проблем и инструментов менеджмента; функции, основные методы и принципы менеджмента; стратегии руководства, принятия решений, формирования организационной культуры, управления персоналом	
ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	
Умеет применять функции, принципы и методы менеджмента, технологии формирования организационной культуры; находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность; Владеет навыками реализации основных управленческих функций (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация). применяемых в деятельности менеджера в области рекламы и связей с общественностью, руководителя рекламной и PR-службы любого уровня; современным аналитическим инструментарием менеджмента, методами диагностики, анализа и решения проблем, а также методами принятия решений и их реализации на практике	

Название дисциплины Правовые и этические основы рекламной и PR-деятельности

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: сформировать представления у студентов об основных и этических принципах и нормах, регулирующих деятельность в области в сфере рекламы и PR как в России, так и за рубежом.	
Задачи изучения дисциплины: изучение основных правовых и этических норм, регулирующих в области в сфере рекламы и PR; освоение умений применять эти знания при принятии организационно-управленческих решений в ходе проектов.	
Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.01

2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Введение в коммуникационные специальности	
Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Основы рекламы и публичных рилейшнз в средствах массовой информации	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Имеет представление о праве как виде социального регулятора профессиональной деятельности, о проблемных ситуациях правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью

Имеет представление о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности, об этике и профессиональной нравственности как эффективных инструментах оптимизации профессиональной в сфере коммуникаций

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Умеет избегать проблемных ситуаций правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью

Умеет обозначить зоны рисков в публичных коммуникациях

Следует профессиональной этике при решении профессиональных задач

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

ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности

Знает разработанные профессиональным сообществом этические нормы

Знает зоны рисков в публичных коммуникациях

ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Умеет отбирать информацию, профессиональные инструменты в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Название дисциплины Коммуникативная оптимизация медиатекстов

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины – заложить коммуникативную основу формирования профессиональных умений будущего специалиста, деятельность которого обусловлена специфическими условиями порождения речи, особыми моделями речевых жанров, своеобразием речевых средств воздействия

Задачи изучения дисциплины: обретение устойчивых навыков в составлении и редактировании медиатекстов различной структуры, жанра и жанровой разновидности в зависимости от портрета целевой аудитории и коммуникативной ситуации; освоение этапов подготовки к публичному выступлению; формирование навыков организации устного публичного выступления и подготовки к выступлению в публичной сфере.

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.О.05

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Современный русский язык

Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации

Текст в системе массовой коммуникации	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Производственная практика (профессионально-творческая практика)	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	
Умеет оценивать речевое поведение и речевые произведения в сфере публичных коммуникаций	
ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	
Знает основные методические процедуры анализа и правки текста; типологию речевых ошибок Умеет употреблять средства различных языковых уровней в соответствии с нормами современного русского языка; работать с разными типами словарей; Владеет методикой и приемами редактирования текста	

Название дисциплины **Жанры рекламных и PR-текстов**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель дисциплины «Жанры рекламных и PR-текстов» – сформировать представления у студентов о рекламном и PR-тексте как тексте особого типа, а также структуре его жанровых репрезентантов в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и профессиональным стандартом «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации».	
Задачи изучения дисциплины: развить навыки подготовки текстовых материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы; сформировать навыки редактирования текстов, нацеленных на достижение рекламных и PR целей с учетом формата СМИ или канала коммуникации.	
Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиoproграммы, онлайн-ресурсы).	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале: Компьютерная графика	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Производственная практика (профессионально-творческая практика)	

Медиарилейшнз

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Знает типологию рекламных и PR-текстов	
ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	

Знает существенные характеристики информации, в том числе рекламной и PR-информации
Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации

ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Владеет навыками подготовки системы документов для внутренних и внешних PR-коммуникаций

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Умеет соотносить рекламные и PR-тексты с базовыми концептами миссии организации

Название дисциплины Медиапланирование

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: сформировать представления о медиапланировании как о практической управленческой деятельности в системе средств массовой информации, основанной на понимании и эффективном использовании оптимальных каналов распространения рекламной информации при определенном бюджете с целью максимального охвата целевой аудитории с определенной частотой (определенное количество раз)

Задачи изучения дисциплины: сформировать представления об эффективных рекламносителях и критериях выбора наиболее оптимальных из них; развить навыки создания и анализа проектов размещения мультимедийных форматов.

Область профессиональной деятельности связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Методы изучения общественного мнения

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Рекламные и PR услуги в самарском регионе

Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

Мультимедийные коммуникации

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Знает основные показатели медиапланирования и порядок их определения

Умеет использовать программное обеспечение медиопланирования

ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Умеет рассчитывать количественные показатели медиапланирования, показатели медиаэффектов отдельного носителя, показатели эффектов медиаплана, показатели финансовой эффективности кампании

ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Знает механизмы взаимодействия аудитории с информацией СМК и рекламой

Умеет применять методы изучения аудитории

Название дисциплины Социальная реклама

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

<p>Целью изучения дисциплины является получение комплексной системы знаний об особенностях социальной рекламы и ее роли в жизни общества.</p> <p>Задачи изучения дисциплины: освоить знания об основных способах эффективной подачи социальной рекламы через средства массовой коммуникации; сформировать навыки проведения социальных исследований по актуальным проблемам общества.</p> <p>Область профессиональной деятельности связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)</p>

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Социология медиакоммуникаций	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Медиарилейшнз	
Новые медиа в системе массовой коммуникации	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Знает основные этапы становления и генезиса социальной рекламы, ее современное состояние; специфику производства и потребления социальной рекламы	
ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
Умеет осуществлять деятельность по проектированию и созданию социальной рекламы с учетом социальных условий региона	
ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
Имеет навык создания сценариев для проведения рекламных мероприятий социальной направленности	
ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Владеет различными способами обращения к целевой аудитории для решения коммуникационных задач в социальной сфере	

Название дисциплины Медиарилейшнз

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Целью дисциплины является знакомство студентов с современной системой медиарилейшнз, их спецификой и особенностями функционирования, а также формирование практических навыков делового общения специалиста, выполняющего пресс-функцию в организации, как с представителями СМИ всех видов и уровней, так и в контексте внутрикорпоративных коммуникаций.	
Задачи изучения дисциплины направлены на формирование общепрофессиональных и профессиональных компетенций, а также готовности к организационно-управленческому, рыночно-исследовательскому и прогнозно-аналитическому видам деятельности.	
В области организационно-управленческой деятельности задачи дисциплины направлены на формирование навыков подготовки и публикации материалов об организации, способствующих созданию ее положительного медиаобраза. В области рыночно-исследовательской и прогнозно-аналитической деятельности задача дисциплины – сформировать умение планировать и координировать деятельность подразделения, отвечающего за связи организации со СМИ, а также оценивать результаты деятельности такого подразделения.	
Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	

Жанры рекламных и PR-текстов	
Теория и практика связей с общественностью	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Производственная практика (преддипломная практика)	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	
ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	
Владеет навыками создания MR-материалов (написание статей, сценариев, ведение колонки) в целях приращения публичного капитала)	

ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
Знает информационную политику региональных СМИ; Владеет навыками анализа информационного пространства	

ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
Умеет выявлять актуальные события в деятельности организации и новые точки зрения на эти события	

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
Знает задачи и принципы организации медиарилейшнз как части публик рилейшнз; Умеет координировать действия подразделения по связям с прессой с работой организации в целом	

Название дисциплины Современный брендинг

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Целью изучения дисциплины является формирование представления у студентов о новейших технологиях и инструментах бренд-менеджмента, примерами продвижения и управления брендами в потребительской, промышленной, политической сферах.	
Задачи изучения дисциплины:	
- развить навыки создания и анализа проектов;	
- развить навыки подготовки текстовых материалов в рамках бренд-коммуникации;	
- сформировать навыки организации и управления мероприятий, с целью достижения целей бренд-менеджмента;	
- сформировать благоприятную среду развития бренда.	
Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	
Организация и проведение коммуникационных кампаний	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Основы рекламы и публик рилейшнз в средствах массовой информации	
Внутрикорпоративный PR	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
--	--

ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Знает специфику деятельности по формированию бренд-мероприятия и их управлению; принципы сегментирования аудитории мероприятия
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Умеет аргументированно анализировать удачные и неудачные кейсы мероприятий российских и региональных брендов; проводить маркетинговые исследования с целью анализа целевых аудиторий и позиционирования бренда Владеет методами оценки коммуникативной и экономической эффективности мероприятия
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Владеет технологиями бренд-лидерства

Название дисциплины Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов представление о важнейших тенденциях развития мирового PR в структурах государственной власти, специфике российской системы PR в государственных структурах, дать возможность студентам освоить основные методы и технологии рекламы и PR в системе государственного и муниципального управления. Задачи изучения дисциплины: помочь студентам правильно отбирать средства, методы приёмы, используемые при прямом и обратном взаимодействии «общественность — государственные и муниципальные управляющие структуры»; выбирать стратегию и тактику планирования, построения и проведения PR-мероприятий в соответствии с определенными задачами и целями. Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Методы изучения общественного мнения, Теория и практика связей с общественностью	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Производственная практика (преддипломная практика)	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	
ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	
Знает формы маркетинговых и немаркетинговых коммуникаций в сфере государственного управления Умеет выявлять запросы граждан на информацию Владеет инструментами оценки эффективности коммуникаций в сфере государственного и муниципального управления	
ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	
Владеет опытом анализа статистических данных, выявляющих запросы граждан в сфере государственных услуг	
ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
Знает о принципах работы органов власти с обращениями граждан	

Название дисциплины Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
--

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов системных базовых представлений, знаний, умений и навыков по управлению проектами в сфере рекламы и связей с общественностью.
Задачи изучения дисциплины: формирование умения самостоятельной разработки бизнес - плана, устава проекта, плана управления проектом в сфере рекламы; формирование навыков работы в проектной команде; формирование навыков управления проектной командой.
Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Рекламные и PR услуги в самарском регионе	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Современный брендинг	
Внутрикорпоративный PR	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	
Знает технологические процедуры при создании и реализации проектов в сфере коммуникаций	
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
Умеет планировать работу согласно алгоритму и методике создания коммуникационных проектов	
Умеет проводить мониторинг проектной деятельности с целью оперативной корректировки коммуникационного проекта	
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Умеет прогнозировать последствия реализации коммуникационного проекта	

Название дисциплины Мультимедийные коммуникации

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: сформировать представления у студентов о мультимедийных платформах, ознакомив с различными типами современного контента	
Задачи изучения дисциплины: развить навыки подготовки мультимедийных материалов, сформировать навыки организации и управления мероприятий в рамках мультимедийных средств массовой информации.	
Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.01.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Рекламные и PR услуги в самарском регионе	
Методы изучения общественного мнения	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Творческие технологии в рекламе	
Основы рекламы и паблик рилейнз в средствах массовой информации	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
Умеет планировать работу по продвижению медиапроекта на всех этапах от идеи до реализации
ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
Владеет опытом создания материалов для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической)
ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Умеет выявляет реакцию целевой аудитории на мультимедийные материалы
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Знает понятие массмедиа, параметры мультимедийной платформы Умеет формировать бюджет для осуществления мультимедийных задач, создавать мультимедийные материалы
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Понимает специфику работы в условиях мультимедийной среды, умеет выявлять основные предпочтения аудитории Владеет методами анализа успешности медиапроекта
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Умеет создавать медиапродукт; формировать эффективный процесс с помощью мультимедийных технологий

Название дисциплины **Творческие технологии в рекламе**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Цель изучения дисциплины: Целью изучения дисциплины является формирование теоретических знаний и профессиональных компетенций, связанных с решением комплексных задач по разработке творческой концепции рекламного продукта, развитие навыков разработки содержания рекламных сообщений, включая их текстовую и иллюстративную составляющие, а также его художественного воплощения. Задачи изучения дисциплины: осмысление особенностей современных принципов, методов и технологий создания рекламы; научить адекватному применению в профессиональной деятельности креативных технологий. Область профессиональной деятельности связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.01.02
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале: Рекламные и PR услуги в самарском регионе Медиапланирование	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Современный брендинг Основы рекламы и паблик рилейнз в средствах массовой информации	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта
Умеет составлять коммуникационные послания творческой группе для осуществления мероприятий; использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований, для разработки креативных решений
ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта
Знает особенности работы креативного отдела; основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи рекламы; Умеет проводить сбор необходимой информации для творческого процесса
ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
Знает о методиках тестирования креативной идеи
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Знает базовые требования к выдвигаемым идеям; визуальные и вербальные принципы создания рекламных материалов; специфику креатива в рекламной деятельности. Умеет проводить сбор необходимой информации для творческого процесса; выбирать модели генерирования идей навыками использования методов создания идей; делать эскизы, выработать концепции; самостоятельно оценивать проделанную работу. Имеет опыт выработки нестандартных решений обладает опытом публичных выступлений с использованием разных способов визуализации творческого материала
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знает основы организации и управления процессом коллективного и индивидуального поиска идеи рекламы особенности работы креативного отдела
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Умеет составлять коммуникационные послания творческой группе для осуществления мероприятий. Имеет опыт работы в творческой группе

Название дисциплины **Новые медиа в системе массовой коммуникации**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
<p>Цель изучения дисциплины: сформировать у студентов системное представление о принципах организации новых медиа, особенностях коммуникации в данной среде, ознакомить студентов со спектром возможностей применения новых медиа в общественной жизни, сформировать знания о возможностях использования новых медиа в конкретных направлениях будущей профессиональной деятельности студентов.</p> <p>Задачи изучения дисциплины: сформировать у студентов понятие о ключевых признаках новых медиа и отличиях новых медиа от традиционных медиа; познакомить студентов с историей развития новых медиа и теоретическими моделями развития новых медиа; рассмотреть специфику коммуникативного взаимодействия и механизмов влияния в среде новых медиа; определить место и роль новых медиа в структуре СМИ; ознакомить студентов с механизмами и проблемами правового регулирования в области новых медиа.</p> <p>Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).</p>	
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02.01
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Мультимедийные коммуникации	

Социальная реклама	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знает основные тренды маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, инструментов GOOGL и Яндекс для формирования контента в новых медиа

ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Умеет планировать рекламные и PR-кампании с использованием новых медиа

ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Умеет использовать новые медиа при организации специальных событий и мероприятий

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Умеет использовать инструменты настройки таргетинга

ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа

ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач
 Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.
 Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.
 Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа

ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Знает специфику работы с аудиторией новых медиа

Название дисциплины Новые медиа в маркетинге

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины – это овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками использования новых медиа в маркетинговой деятельности.

Задачи изучения дисциплины: сформировать у студентов понятие о ключевых признаках новых медиа и отличиях новых медиа от традиционных медиа; познакомить студентов с историей развития новых медиа и теоретическими моделями развития новых медиа; рассмотреть специфику коммуникативного взаимодействия и механизмов влияния в маркетинговой среде; определить место и роль новых медиа в структуре СМИ; ознакомить студентов с механизмами и проблемами правового регулирования в области маркетинга.

Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.02.02
-------------------	---------------

2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Мультимедийные коммуникации	
Социальная реклама	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта

Знает специфику новых медиа как канала маркетинговых коммуникаций
Умеет выбрать формат медиапродукта для новых медиа с учетом маркетинговых задач

ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта

Умеет планировать рекламные и PR-кампании с использованием новых медиа

ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании

Умеет использовать новые медиа при организации специальных событий и мероприятий

ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде

Умеет использовать инструменты настройки таргетинга

ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Знает место новых медиа в интернет-маркетинге

ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач
Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.
Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.
Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа

ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа

Название дисциплины Интернет-маркетинг

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о функциональных возможностях интернет-маркетинга, в том числе таких видов маркетинговых коммуникаций, как рекламы и связей с общественностью.

Задачи: формирование представления о коммуникативном потенциале различных сегментов и сервисов Интернета; выработка умения использовать аналитические инструменты PR и рекламы в разных сегментах Интернета.

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

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.03.01
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале: Методы изучения общественного мнения, Жанры рекламных и PR-текстов, Медиапланирование, Теория и практика медиакоммуникаций	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Производственная практика (профессионально-творческая практика), Производственная практика (преддипломная практика)	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	
ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	
Знает основные инструменты «digital-маркетинга»: поисковую оптимизацию, контекстную рекламу, медийную рекламу в интернете (баннеры, видеореклама, брендинг, социальные сети, блогеры, видеогри), веб-аналитику (мониторинг, измерения и обратная связь), Email-маркетинг (электронная рассылка), лидмагнит или whitepaper, стратегии интернет-маркетинга. Умеет применять необходимые маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	

ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	
Знает принципы мониторинга результатов рекламных кампаний; Умеет проводить аудит интернет-ресурсов с точки зрения PR-эффективности Владеет сервисами для отслеживания коммуникационных эффектов	

ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
Умеет использовать методы работы с позитивной и негативной реакцией аудитории в сети интернет	

Название дисциплины **Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: формирование знаний, навыков, умений в проведении маркетинговых исследований у специалистов по рекламе и связям с общественностью	
Задачи изучения дисциплины: - закрепление теоретических знаний по курсу «Маркетинг»;	
- углубление знаний по анализу внутренней и внешней среды компании;	
- приобретение практических навыков по сбору и обработке информации, использованию современных средств обработки информации;	
- формирование способностей, необходимых для организации маркетинговых исследований;	
- овладение навыками по структурированию задач и определению стратегий достижения поставленной цели в области рекламы и связей с общественностью;	
- знакомство с тенденциями международного и российского рынка услуг в сфере рекламы и связей с общественностью	
Область профессиональной деятельности: СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ; СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.03.02
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Маркетинг Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	
Новые медиа в маркетинге Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Интернет-маркетинг	

Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта

ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта

Знает:

- методологию и методики маркетинговых исследований, типологию и структуру маркетингового исследования.
- как планировать и проводить маркетинговые опросы/интервью, составлять и обрабатывать анкеты, извлекать из них нужную информацию, каким образом проводить экспертные исследования в маркетинге.
- какие конъюнктурные оценки используются в маркетинговом исследовании;
- как проанализировать и оценить рыночную стратегию и ее результаты;
- как использовать методы статистики и эконометрики в целях маркетингового анализа и прогнозирования.

Умеет

- разработать план и структуру (проект) маркетингового исследования, скоординировать его отдельные этапы и разделы.
- проводить сплошные, выборочные и другие специальные обследования в маркетинге.
- организовывать и проводить интервью и другие формы опросов.
- составлять, обрабатывать и анализировать анкеты.
- проводить и анализировать экспертные маркетинговые обследования.
- оперативно проанализировать сложившуюся рыночную ситуацию, оценить рыночную конъюнктуру

ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта

Владеет технологией разработки программы маркетингового исследования;
 технологией разработки маркетинговой политики организации (продуктовой, сбытовой, ценовой, коммуникационной).
 Владеет навыками проведения опросов, панельных обследований и других видов сбора и обработки информации.

- навыками организации и проведение выборочных обследований.
- навыками оценки, объяснения и моделирования рыночной деятельности;
- навыками расчета показателей рыночной конъюнктуры;
- навыками анализа конкурентных позиций в маркетинге.

навыками шкалирования конкурентных позиций на рынке товара

ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами

Умеет использовать методы построения системы обратной связи в системе маркетинговых коммуникаций

Название дисциплины **Медиаобразование**

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: Целью изучения дисциплины является формирование навыков медиакомпетенции студента в современных условиях, медиаграмотности как условия успешной реализации профессионального карьерного роста. Кроме того, целью дисциплины является подготовка полноценного профессионала современного рынка труда, обладающего достаточным уровнем компетенций в сфере рекламы и PR-кампаний, организации рекламных и PR-служб;

Задачи изучения дисциплины: формирование умений работы с информацией, активно использовать возможности информационного поля; знать основные теоретические понятия медиаобразования;

в области организационной:

- сформировать культуру общения с медиа, культуру критического мышления, интерпретации Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает решение профессиональных задач в средствах массовой информации и в смежных информационно-коммуникационных сферах.

в области маркетинговой:

- обучить способам получения информации, необходимой для оптимизации продвижения товаров и услуг на медиарынок для удовлетворения потребностей целевой аудитории;

Область профессиональной деятельности:
Авторская, организационная, маркетинговая

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: | Б1.В.ДВ.04.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Теория и практика медиакоммуникаций	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Основы рекламы и паблик рилейшнз в средствах массовой информации	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью

Знает место и роль медиа и медиаобразования в современном мире, виды и жанры, язык медиа; основные термины, теории, ключевые концепции, направления, модели медиаобразования
 Умеет учитывать возрастные, социальные, профессиональные, национальные и другие особенности восприятия медиатекстов в процессе реализации коммуникационного проекта

ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии

Умеет планировать и проводить мероприятия по развитию медиакомпетентности аудитории

ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры

Умеет определять показатели медиакомпетентности (мотивационный, контактный, информационный, перцептивный, интерпретационный/оценочный, практико-операционный, креативный) аудитории.
 Умеет организовывать мероприятия, направленные на формирование медиакультуры

Название дисциплины Организация и проведение коммуникационных кампаний

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов теоретических представлений и практических навыков в сфере комплексного управления информацией для реализации целей коммуникационной кампании, а также получение знаний о различных формах и методах проведения и организации коммуникационной кампании, методах оценки эффективности, с учетом образа компании и особенностей информационного поля целевых групп.

Задачи изучения дисциплины: получение комплекса знаний и навыков по основным видам коммуникационной кампании, проектов, их подготовке и проведению; получение практических навыков по комплексному планированию и оценке коммуникационной кампании и PR-проектов; формирование компетенций по комплексной организации и сопровождению коммуникационной кампании и PR-проектов; получение практических навыков делать проект известным; создавать узнаваемость проекта; получение навыков информирования о проекте; формирование доверия и увеличение притяжения; умение запускать коммуникационную кампанию и проект; формирование идентичности; мотивирование; предупреждение слухов и конкурентов; определение рисков; отработка практических навыков эффективной коммуникации с различными целевыми аудиториями.

Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В.ДВ.04.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Рекламные и PR услуги в самарском регионе

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Основы рекламы и паблик рилейшнз в средствах массовой информации

Внутрикорпоративный PR

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью
Умеет применять основные принципы комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара или услуги; Владеет приемами продвижения товара или услуги с помощью коммуникационных технологий
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии
Знает о методах планирования и осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; Владеет методами оценки эффективности реализации коммуникационных кампаний и мероприятий
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Знает методы построения внутренних и внешних коммуникаций в соответствии с миссией, видением и корпоративной философией

Название дисциплины Основы рекламы и публичных отношений в средствах массовой информации

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
Цель изучения дисциплины: сформировать представления у студентов о рекламной и PR-области в рамках средств массовой информации
Задачи изучения дисциплины: развить навыки подготовки текстовых материалов в рамках традиционных и современных PR-средств и рекламы; сформировать представления об организации и управлении проектами в рамках современных социокультурных условий СМИ.
Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.05.01
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Организация и проведение коммуникационных кампаний	
Медиаобразование	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Внутрикорпоративный PR	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	
Умеет использовать нормативную документацию для реализации публичных коммуникаций; Умеет использовать методы работы с информацией в рекламной и PR-сфере	
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
Владеет способами решения задачи «формирование или приращение публичного капитала базового субъекта PR»; Владеет приемами оценки и продуцирования информации в сфере публичных коммуникаций	
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Владеет навыками создания сообщений в рамках внутренних коммуникаций Владеет навыками планирования и организации мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	

Название дисциплины Внутрикorporативный PR

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: формирование представлений о построении корпоративных коммуникаций, создании и укреплении корпоративной культуры, поддержании лояльности персонала к организации.	
Задачи изучения дисциплины: изучить внутренние коммуникации в организации и способы управления ими; изучить методы профилактики конфликтов и негативных слухов.	
Область профессиональной деятельности: связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	Б1.В.ДВ.05.02
2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Содержание дисциплины базируется на материале:	
Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	
Медиаобразование	
2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Основы рекламы и публичных отношений в средствах массовой информации	
Современный брендинг	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
ПК-5. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	
ПК-5.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	
Умеет подготовить текст рекламного сообщения; Умеет выполнять обязанности PR-специалиста	
ПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	
Умеет планировать и организовывать корпоративные мероприятия	
ПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Знает факторы формирования лояльности сотрудников к организации Умеет исследовать и управлять внутренним имиджем организации Владеет инструментами нематериальной мотивации сотрудников к труду, работе в команде, лояльной организации; Владеет способами исследования внутренней среды организации для выявления проблем, требующих решения средствами внутрикорпоративного PR	

Название дисциплины Альтернатива языку вражды в российском медиапространстве

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
Цель изучения дисциплины: сформировать представления у студентов о межэтнической журналистике, как отрасли медиа, освещающей национально-культурное своеобразие регионов России и, в частности, Самарской области. Научить практическому и корректному применению полученных знаний в формате основных медиа жанров для мультимедийных платформ (электронные и печатные СМИ в т.ч).	
Задачи изучения дисциплины: Используя технические средства, знания (понятийный аппарат) дисциплины, развить навыки подготовки мультимедийных авторских материалов на межэтническую тематику, обеспечив публикацию в локальных средствах массовой информации; - сформировать навыки корректной работы с межэтнической темой, поиска информации, выбора и разработки темы, редактирования материалов для публикации на мультимедийных платформах.	
Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)	

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ	
Цикл (раздел) ОП:	ФТД.01

2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:
Содержание дисциплины базируется на материале:	
История России	
2.2	Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:
Всеобщая история	
3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	
УК-5.1 Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	
Умеет находить информацию об основных особенностях культурно-исторического развития и традициях народов России	
УК-5.2 Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения	
Умеет подготовить корректный материал об особенностях народов России с объяснением сущности национальных традиций, истории их возникновения и соотнесенности с современной жизнью;	
УК-5.3 Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции	
Владеет навыками работы над авторским произведением, основная цель которого – гармонизация межнациональных отношений в обществе, для распространения принципов толерантности, знаний и уважения к культурно-историческим	