

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Иностранный язык»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* получение знаний и умений, овладение навыками по иностранному языку в областях повседневного и профессионального общения.

*Задачи дисциплины:* развивать навыки говорения на иностранном языке; развивать навыки понимания устной речи (аудирования) на иностранном языке; развивать культуру письменного общения на иностранном языке; сформировать понятие и навыки межкультурной коммуникации.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Иностранный язык» студенты должны обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Я и мой город.
2. Университет и студенческая жизнь.
3. Страна изучаемого языка.
4. Окружающий мир.
5. Виды собственности.
6. Бизнес и рынок.
7. Законы рынка.
8. Экономика и рынок.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 288 часов / 8 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 108 / 3;

самостоятельная работа – 144 / 4.

**зачет, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«История»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – изучение целостного курса истории совместно с другими дисциплинами курса.

Задачи дисциплины: формирование у студентов фундаментальных теоретических знаний об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, основных этапов и содержания истории России с древнейших времен до наших дней; усвоение студентами уроков отечественного опыта исторического развития в контакте мирового опыта и общечивилизационной перспективы; формирование у студентов современного мировоззрения; освоение ими современного стиля мышления.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «История» студенты должны обладать способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Введение в дисциплину «История».
2. Киевская Русь.
3. Период феодальной раздробленности Руси.
4. Образование и развитие Московского государства.
5. История Российской империи с XVIII в. по 1917 г. XX в.
6. Российская история XX-XXI вв.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5;

самостоятельная работа – 54 / 1,5.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Философия»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.3).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования.

**Задачи дисциплины:** овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности; выработка навыков работы с оригинальными и адаптированными философскими текстами; развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации, умение логично формулировать, излагать и аргументировано осваивать собственное видение проблем и способов их разрешения; овладение приемами ведения дискуссии, полемики, диалога.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Философия» студенты должны обладать способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Философия в системе мировоззренческих координат
2. Теоретические основания философии. Философские проблемы общества и человека.
3. Философские проблемы рекламы, связей с общественностью.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1;  
самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Русский язык и культура речи»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.4).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины:*** повышение уровня культуры устной и письменной, монологической и диалогической речи обучающихся, обучение их основам делового общения.

***Задачи дисциплины:*** знакомство с теоретическими основами культуры речи и делового общения; обучение умению различать стили, подстили и жанры современного русского литературного языка, определять характерные черты стилей; овладение нормами современного русского литературного языка; приобретение обучающимися навыков делового письма и делового общения; знакомство с основами ораторского искусства.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Русский язык и культура речи» студенты должны обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Культура речи и ее составляющие. Стили современного русского литературного языка.

2. Деловая устная и письменная речь. Ораторское искусство.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1;

самостоятельная работа – 36 / 1.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Психология»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.5).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – повышение уровня интеллектуальной и общей культуры студентов, развитие и формирование системно-деятельностных компетенций профессионального риска, самоорганизации, самоуправления и эффективного социального взаимодействия.

Задачи дисциплины: изучить структуру и функции психики; рассмотреть происхождение и развитие психики в филогенезе и онтогенезе; изучить: ощущение как источник познания, восприятие, память человека, мышление человека, внимание, структуру познавательных процессов, структуру и функции мотивации, эмоциональные явления, психические состояния, психологическое понятие личности, основные подходы к изучению личности, структуру личности, динамику, психологию индивидуальности личности, жизненный путь личности.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Психология» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Психология как наука о человеке.
2. Психология личности и межличностного общения.
3. Психология деятельности и личностно-профессионального развития.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часа / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1;  
самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Культурология»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.6).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* является освоение студентами теоретических, практических знаний, приобретение умений и навыков в области культурологии для формирования общекультурных компетенций.

*Задачи дисциплины:* изучение культурологии как науки в системе гуманитарного знания; изучение культуры в социальном пространстве.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Культурология» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Культурология в системе гуманитарного знания.

2. Культура в природном и социальном пространстве.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1;

самостоятельная работа – 36 / 1.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
«Экономика»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.7).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области основ функционирования рыночной экономики, ее законов, развитие экономического мышления и экономической культуры деловых отношений, привитие способности применять экономические законы и категории в профессиональной деятельности.

**Задачи дисциплины:** изучить экономические категории, механизм действия экономических законов; овладеть методами микро- и макроэкономического анализа; научиться самостоятельно анализировать теоретический, статистический и фактический материал и делать рациональные выводы.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Экономика» студенты должны обладать способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Общие основы экономики.
2. Микроэкономика.
3. Макроэкономика.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 54 / 1,5;  
самостоятельная работа – 18 / 0,5.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Социология»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.8).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в области базовых ценностей мировой социологической культуры и готовностью опираться на них в своем личном общекультурном и профессиональном развитии.

Задачи дисциплины: овладение знанием основных социологических понятий и категорий, знание закономерностей развития природа-общество-человек и умением оперировать этими знаниями в своей профессиональной деятельности; умениями ориентироваться в мировом историческом процессе, анализировать процессы и явления, происходящие в современной России и мире в целом; научиться использовать полученные теоретические знания для конкретных ситуаций, возникающих в повседневной жизни; уметь предвидеть и анализировать возможные последствия таких ситуаций; совершенствовать способность целостного подхода к анализу проблем общества и овладение методами количественного и качественного анализа моделирования, теоретического и эмпирического социологических исследований, в том числе применительно к сфере профессиональной деятельности; научить стремлению к постоянному углублению своих знаний в отдельных (отраслевых) областях использования социологического анализа, прежде всего, в отраслях социологии управления и социологии менеджмента с целью личностного профессионального саморазвития; научиться активно, использовать полученные результаты и теоретические знания для активного воздействия на поведение людей в различных сложных ситуациях пониманию роли и значения социологической информации в развитии бизнеса управления; сформировать осознание социальной роли и значимости своей будущей профессии в общем контексте современной российской ситуации, также высокую мотивацию к выполнению профессиональной деятельности, способность придерживаться гуманитарных, этических и правовых ценностей в своей личной и профессиональной жизни.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Социология» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**



1. Социология как наука.
2. Личность - культура – общество.
3. Социальная структура и социальная организация.
4. Социальные изменения в современном мире.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1;

самостоятельная работа – 36 / 1.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Математика и статистика»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.9).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* изучение вопросов, связанных с использованием математических методов и основ математического анализа в практической деятельности.

*Задачи дисциплины:* изучить основные термины, понятия и методы математического анализа, линейной алгебры и математической статистики; изучить типовые постановки задач математического анализа и математической статистики при решении прикладных задач; научиться логически мыслить и оперировать с абстрактными понятиями.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Математика и статистика» студенты должны обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Линейная алгебра.
2. Векторная алгебра и аналитическая геометрия.
3. Введение в математический анализ.
4. Дифференциальное и интегральное исчисление.
5. Теория вероятностей.
6. Законы распределения.
7. Основы математической статистики.
8. Корреляционный и регрессионный анализ

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 72 / 2;  
самостоятельная работа – 72 / 2.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Правоведение»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.10).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в области правоведения.

Задачи дисциплины: изучить понятие и признаки мирового государства; теории происхождения государства и права; определить источники права; сущность права; основные отрасли права Российской Федерации; статус гражданина РФ (права, гарантии, ответственность, обязанности); федеративное устройство государства; основы трудового права; роль современного права в обеспечении прав и свобод человека.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Правоведение» студенты должны обладать способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Общие положения о праве и государстве.
2. Положения отдельных отраслей российского права.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1;  
самостоятельная работа – 36 / 1.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
«Безопасность жизнедеятельности»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.11).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** теоретическая и практическая подготовка студентов к созданию здоровых и безопасных условий на производстве, а также действиям и способам защиты рабочих и служащих сельскохозяйственных объектов в условиях чрезвычайных ситуаций мирного и военного времени, путям и способам повышения устойчивости их работы в этих условиях, проблемам, связанным с организацией и проведением аварийно-спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий аварий и катастроф, стихийных бедствий и в очагах поражения, возникающих при воздействии оружия массового поражения.

**Задачи дисциплины:** вооружить обучаемых теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для: создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, техногенного и антропогенного происхождения; разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий; проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; обеспечения устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях; принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварии, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их последствий; прогнозирования развития негативных воздействий и оценки последствий их действия.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Безопасность жизнедеятельности» студенты должны обладать готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности.
2. Техногенные опасности и защита от них.

3. Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях мирного и военного времени.

4. Управление безопасностью жизнедеятельности.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1;

самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Компьютерные технологии и информатика»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.12).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование у студентов теоретических и практических навыков использования вычислительной техники (ВТ) и программных средств для решения широкого круга задач в профессиональной деятельности.

*Задачи дисциплины:* ознакомление с методами и средствами получения и использования информации на базе вычислительной и коммуникационной техники; применение методов обработки информации; приобретение навыков работы в прикладных программах.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Компьютерные технологии и информатика» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации.
2. Технические средства реализации информационных процессов.
3. Программные средства реализации информационных процессов.
4. Модели решения функциональных и вычислительных задач.
5. Алгоритмизация и программирование. Технологии программирования. Языки программирования высокого уровня.
6. Локальные и глобальные сети ЭВМ.
7. Основы защиты информации и сведений, составляющих государственную тайну. Методы защиты информации.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 90 / 2,5;

самостоятельная работа – 90 / 2,5.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Теория и практика массовой информации»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.13).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* привить студентам практические навыки в сфере журналистского творчества, познакомить их с основами журналистики, системой средств массовой информации и ее функционированием, со значением содержания и формы в создании произведений журналистики, показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, практике связей с общественностью, знать процесс производства рекламной продукции.

*Задачи дисциплины:* вооружить будущих специалистов практическими навыками подготовки журналистских текстов в процессе практической деятельности в области связей с общественностью, оценки качества таких текстов, привить им навыки по созданию информационных, информационно-аналитических и аналитических произведений журналистики; подготовка рекламной продукции.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Теория и практика массовой информации» студенты должны обладать базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Состояние массовой информации и журналистики в России.
2. Творческая составляющая журналистики и СМИ. Этика.
3. Производство рекламных материалов

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 288 часов / 8 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 108 / 3;  
самостоятельная работа – 144 / 4.

**зачет с оценкой, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Основы теории коммуникации»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.14).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины* – изучить основы теории коммуникации и сформировать навыки планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий.

*Задачи дисциплины:* изучить процессы коммуникации в обществе; рассмотреть основные подходы и концепции современной коммуникативистики; раскрыть основные типы коммуникации, сущность и функций деловой коммуникации, коммуникативной личности; выявить особенности массовой коммуникации; рассмотреть факторы, способствующие воздействию массовой коммуникации, средства массовой коммуникации (СМК); раскрыть проблемы функционирования современных масс-медиа; рассмотреть новейшие социо-культурные подходы к анализу массовых коммуникативных процессов.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Основы теории коммуникации» студенты должны обладать умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Возникновение и развитие коммуникации
2. Формы коммуникации
3. Теории коммуникации.
4. Этика деловых коммуникаций
5. Планирование и организация коммуникационных кампаний и мероприятий

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 396 часов / 11 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 144 / 4;  
самостоятельная работа – 216 / 6.

**зачет, экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Основы маркетинга»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.15).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины – сформировать у студентов представление о маркетинге как управленческой концепции, ориентирующей на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требований рынка и получения прибыли.

Задачи дисциплины: изучение сущности, основных принципов и функций маркетинга; рассмотрение основных концепций маркетинга; исследование маркетинговой среды и ее структуры; изучение комплекса маркетинга; выявление особенностей управления маркетингом.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Основы маркетинга» студенты должны обладать способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9), владеть навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Введение в курс маркетинга.
2. Среда функционирования маркетинга и ее исследование.
3. Комплекс маркетинга.
4. Стратегическое и тактическое управление маркетинговой деятельностью предприятия.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 468 часов / 13 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 180 / 5;  
самостоятельная работа – 216 / 6.

**экзамен, КП, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Основы менеджмента»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.16).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины* – формирование научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности, освоение студентами общетеоретических положений управления, социально-экономическими системами, умениями и навыками практического решения управленческих проблем, изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента.

*Задачи дисциплины:* рассмотреть вопросы о значимости управления в деятельности человека (методологию и организацию); изучить: системы, процессы и механизмы менеджмента, основные характеристики менеджмента, диверсификацию менеджмента ресурсы менеджмента, роль менеджера в управлении организацией, современные тенденции развития менеджмента.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Основы менеджмента» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владения навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владения навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические и методологические основы менеджмента.
2. Основные функции, связующие процессы, технологии менеджмента.
3. Основные процессы и механизм управления персоналом в системе менеджмента.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 360 часов / 10 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 108 / 3;

самостоятельная работа – 216 / 6.

**зачет, КП, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинговые коммуникации»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.17).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Целью дисциплины:* является освоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков, в раскрытии роли маркетинговых коммуникаций в процессе управления деятельностью организации, изучение основного инструментария комплекса маркетинговых коммуникаций, получение и анализ маркетинговой информации, а также осуществлять практическую проверку результатов и рекомендаций в управлении предприятием.

*Задачи дисциплины:* дать представление о процессе коммуникаций, об участниках процесса и их взаимосвязи; обучить навыкам медиапланирования; планирования рекламной кампании; организации специального мероприятия и промоакций; умению организовать процесс разработки проведения рекламной кампании; умению оценивать эффективность маркетинговых и рекламных коммуникаций.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Маркетинговые коммуникации» студенты должны обладать умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Введение в изучение дисциплины «Маркетинговые коммуникации».
2. Роль и функции внутренних коммуникаций на предприятии. Роль коммуникаций в обществе.
3. Комплекс продвижения как центральный элемент маркетингового коммуникационного процесса.
4. Стратегическое планирование маркетинговых коммуникаций.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 50 / 1,4;

самостоятельная работа – 94 / 2,6.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Психология массовых коммуникаций»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.18).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование целостного представления о психологии массовых коммуникаций.

*Задачи дисциплины:* изучение основных социально-психологических подходов, используемых в психологии массовых коммуникаций; рассмотрение закономерностей психических познавательных, мотивационных, эмоциональных процессов, аудитории в ходе массовых коммуникаций; изучение методов и методик изучения психологических особенностей аудитории в ходе массовых коммуникаций; овладение умением анализировать психологические особенности аудитории и учитывать их при организации коммуникативных процессов; овладение умением анализировать психологические особенности коммуникатора и имидж коммуникатора в ходе массово-коммуникационных процессов; овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере связей с общественностью.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Психология массовых коммуникаций» студенты должны обладать способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Массовые коммуникации как социально-психологическое явление.
2. Психологические эффекты массовых коммуникаций.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часов / 4 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 68 / 1,9;

самостоятельная работа – 76 / 2,1.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Английский язык для профессиональной коммуникации»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.19).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* обеспечить подготовку специалистов, владеющих иностранным языком, как средством осуществления научной деятельности в иноязычной языковой среде и средством международной коммуникации.

*Задачи дисциплины:*

1) **Говорение.** Обучающийся должен владеть подготовленной, а также неподготовленной монологической речью в виде резюме, сообщения, доклада; диалогической речью в ситуациях научного, профессионального и бытового общения.

2) **Аудирование.** Обучающийся должен уметь аудировать оригинальную монологическую и диалогическую речь по специальности, опираясь на изученный языковой материал.

3) **Чтение.** Обучающийся должен уметь читать оригинальную литературу по специальности в режимах изучающего чтения, поискового чтения.

4) **Письмо.** Обучающийся должен владеть навыками письменной речи в пределах изученного материала. Виды речевых произведений, план (конспект прочитанного), изложение содержания в виде резюме, сообщение, доклад по теме производимого исследования.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Английский язык для профессиональной коммуникации» студенты должны обладать способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Предмет контракта.
2. Финансовый менеджмент.
3. Источники финансирования.
4. Инвестиционные проекты.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 72 / 2;

самостоятельная работа – 144 / 4.

**зачет, зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«История и актуальные проблемы журналистики»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.20).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** выработка у студентов представления об особенностях и закономерностях становления и развития прессы на разных этапах исторического, культурного и политического развития стран, а также овладение системой специальных методологических и практических знаний в области решения современных проблем журналистики.

**Задачи дисциплины:** изучение теоретических основ журналистики, основных закономерностей исторического развития западных и отечественных СМИ, оценка действенности и эффективности СМИ, нахождение путей решения актуальных проблем современного информационного общества.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «История и актуальные проблемы журналистики» студенты должны обладать способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Введение в курс журналистики.
2. История журналистики.
3. Актуальные проблемы журналистики

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5;

самостоятельная работа – 90 / 2,5.

**экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Экономика рекламы и связей с общественностью»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.21).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование знаний о закономерностях развития современной экономики, основах медиаэкономики и общих принципов поведения субъектов рынка рекламы, получение теоретических знаний и практических навыков по обоснованию принимаемых решений в рекламной деятельности на основе анализа экономических процессов.

**Задачи дисциплины:** научить студентов принимать экономически обоснованные решения при планировании рекламной деятельности; изучить методы анализа экономических процессов для повышения эффективности рекламных компаний и PR-акций; привить навыки применения знаний основ экономики для решения практических задач рекламной деятельности.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Экономика рекламы и связей с общественностью» студенты должны обладать способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Особенности экономики в сфере рекламы и связей с общественностью.
2. Бюджетирование и планирование в рекламной деятельности.
3. Экономическая эффективность рекламной деятельности.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 144 часа / 4 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5;

самостоятельная работа – 90 / 2,5.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.22).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* дать бакалаврам глубокие теоретические и практические знания, умения и навыки работы по формированию основ знания методик и практики проведения маркетинговых исследований, ситуационного анализа на рекламных рынках.

*Задачи дисциплины:* раскрыть содержание понятия «Маркетинговые исследования», обеспечив понимание студентами их важной роли в рекламе и связях с общественностью; привить навыки проведения практических маркетинговых исследований по разным направлениям (исследование рынков услуг, исследование потребителей, исследование внешней и внутренней среды рекламного предприятия); научить определять проблемы маркетинговых исследований и выбирать соответствующие методы для их проведения; показать возможность широкого охвата источников информации для обеспечения объективности и надежности полученных результатов маркетингового исследования.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» студенты должны обладать способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Введение в теорию маркетинговых исследований.
2. Технологии маркетинговых исследований.
3. Направления маркетинговых исследований и ситуационного анализа.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 104 / 2,9;  
самостоятельная работа – 76 / 2,1.

**зачет с оценкой, экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Социология массовых коммуникаций»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.23).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* расширение знаний о социальных коммуникациях, усвоение специфических результатов массовых коммуникаций и их последствий, формирование исследовательского интереса в изучении, описании и объяснении данного феномена человеческой деятельности.

*Задачи дисциплины:* формирование навыков прочтения текстов и деления наиболее значимых фрагментов социальных коммуникаций; изучение источников для углубленного понимания социальных коммуникаций; подготовка студентов к проведению бесед и других взаимодействий внутри социума с целью выяснения оптимальных моделей социальных коммуникаций.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Социология массовых коммуникаций» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретико-методологические подходы к определению содержания коммуникаций.
2. Виды и модели коммуникаций.
3. Коммуникативные процессы.
4. Коммуникаторы и коммуниканты как субъекты коммуникации.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5;

самостоятельная работа – 90 / 2,5.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
«Стратегический маркетинг»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.24).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование у студентов навыков в разработке стратегий маркетинга как способа действий предприятия на рынке по достижению маркетинговых целей.

*Задачи дисциплины:* дать представление о стратегиях маркетинга; обучить навыкам разработки и реализации корпоративных маркетинговых стратегий; обучить умению разрабатывать и реализовывать функциональные маркетинговые стратегии; дать представление об инструментальных маркетинговых стратегиях; обучить умению оценивать результативность маркетинговых усилий предприятия.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Стратегический маркетинг» студенты должны обладать владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Управление маркетингом на корпоративном уровне. Система маркетинговых стратегий предприятия
2. Управление маркетингом на функциональном уровне.
3. Управление маркетингом на инструментальном уровне.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 60 / 1,7;  
самостоятельная работа – 84 / 2,3.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.25).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** описание и анализ процессов структурирования деятельности подразделения по рекламе и связям с общественностью в современной организации.

**Задачи дисциплины:** формирование у студентов знаний: об управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирм и организаций; оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью; об организации и проведении мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок; оценивания эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» студенты должны обладать владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Методологические аспекты организации отделов рекламы и связей с общественностью.

2. Реклама и PR в системе корпоративного управления.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 84 / 2,3;

самостоятельная работа – 96 / 2,7.

**зачет, КП, зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.26).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* изучение места рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками, роли рекламы в формировании системы связей с общественностью, освоение слушателями основных приемов создания рекламного сообщения; сформировать представление об основных концепциях публичных отношений на базе изучения новейших достижений американской, европейской, международной и российских школ PR, подготовить к дальнейшему профессиональному осмыслению современных концепций ведущих представителей теории и практики связей с общественностью

*Задачи дисциплины:* развить у студентов научный стиль мышления, навыки системного анализа концептуальных подходов к PR-деятельности; помочь студентам освоить ценности и позитивную практику мирового опыта в сфере публичных отношений, проблемы ее актуализации применительно к возможным вариантам использования в рамках собственной профессиональной PR-практики знакомство с основными жанрами рекламного сообщения; приобретение практических навыков создания рекламных продуктов на основе полученных знаний; ознакомление с основными современными тенденциями в креативной сфере рекламной деятельности, с методикой оценки рекламного продукта; развитие у слушателей творческого, креативного подхода к созданию рекламного продукта; освоение студентами современной терминологии рекламного дела; дать представление о процессе коммуникаций, об участниках процесса и их взаимосвязи.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях» студенты должны обладать способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Организация рекламной деятельности в некоммерческих организациях.

2. Организация PR-коммуникаций в некоммерческих организациях.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 72 / 2;

самостоятельная работа – 36 / 1.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Поведение потребителя»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.27).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, умения и навыки работы по анализу и прогнозированию поведения потребителей, обоснованию причинно – следственных связей, возникающих в процессе покупки и потребления товаров и услуг в рыночных условиях.

*Задачи дисциплины:* изучение концепции потребительского поведения; изучение факторов внешнего влияния на поведение потребителей, включая культурные вариации, социальную стратификацию, групповое влияние; изучение факторов внутреннего влияния на поведение потребителей, включая восприятие, обучение, память, мотивацию, персональные ценности, знание и отношение потребителей; изучение процессов потребительских решений; рассмотрение аспектов организационного покупательского поведения; рассмотрение политики и практики консьюмеризма.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Поведение потребителя» студенты должны обладать умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей
2. Внутренние факторы поведения потребителей
3. Процесс принятия решения о покупке
4. Организационное покупательское поведение

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 60 / 1,7;

самостоятельная работа – 84 / 2,3.

**зачет, КП, экзамен**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Интегрированные маркетинговые коммуникации»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.28).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* является формирование у студентов базовых знаний о сущности, структуре и особенностях концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций.

*Задачи дисциплины:* дать основные понятия и представления об интегрированных маркетинговых коммуникациях; показать исторические этапы становления структур интегрированных МК; научить практическому использованию специфических инструментов интегрированных маркетинговых коммуникаций.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Интегрированные маркетинговые коммуникации» студенты должны обладать способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Сущность и содержание концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций. Структура интегрированных маркетинговых коммуникаций.

2. Системность использования средств интегрированных маркетинговых коммуникаций. Оценка эффективности системы интегрированных маркетинговых коммуникаций.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 86 / 2,4;

самостоятельная работа – 94 / 2,6.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Основы медиапланирования»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.29).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* изучение теоретических основ медиапланирования и формирование необходимых профессиональных знаний и расчётно-аналитических умений, инструментальных, профессиональных, социально-личностных и общекультурных компетенций – определенных личностных и профессиональных ценностей (знаний, умений и навыков) для успешной деятельности в профессиональной сфере, способности и готовности применять знания, опыт, умения при выборе оптимальных вариантов медиапланирования рекламной кампании.

*Задачи дисциплины:* дать представление студентам о рынке средств массовой информации, законах по которым он функционирует, сформировать навыки выбора СМИ и добычи информации; развить способности к постановке целей, разработке грамотного технического задания и медиаплана; сформировать навыки аналитического обеспечения разработки медиаплана.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Основы медиапланирования» студенты должны обладать способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические аспекты медиапланирования. Рынок СМИ, правила его функционирования.

2. Процесс медиапланирования. Постановка целей и задач. Разработка технического задания. Медиастратегия. Медиамикс. Проведение рекламной кампании во времени.

3. Оценка эффективности медиаплана и рекламной кампании.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 72 / 2.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Теория и практика рекламы»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.30).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** получение базовых знаний в области теоретических основ рекламного дела, его истории и перспектив, технологий, регулирования рекламной деятельности; понимание целей, задач рекламной деятельности, места рекламы в системе комплекса маркетинговых коммуникаций.

**Задачи дисциплины:** изучение основных представлений о функционировании современного рынка рекламы; получение системного комплекса знаний о существовании комплекса маркетинговых коммуникаций и их роли в достижении бизнес-целей фирмы; рассмотрение отдельных элементов маркетинговых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на целевые аудитории; изучение зависимостей между этапами жизненного цикла товара на рынке и характером рекламной деятельности; определение места и роли рекламы в системе продвижения, включая новейшие коммуникационные средства и методы; получение студентами навыков стратегического планирования рекламы и разработки тактических мероприятий.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Теория и практика рекламы» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Основы рекламы.
2. Рекламные технологии.
3. Рекламный менеджмент.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 54 / 1,5.

самостоятельная работа – 54 / 1,5.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Физическая культура»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 базовая часть (Б1.Б.31).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений, навыков в области физической культуры для формирования физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

*Задачи дисциплины:* изучить научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, способы контроля и оценки физического развития, физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Физическая культура» студенты должны обладать способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические занятия.
2. Практические занятия.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1.  
самостоятельная работа – 36 / 1.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Организация протокольных мероприятий»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть обязательная дисциплина (Б1.В.ОД.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** посредством изучения совокупности правил, норм соблюдения протокола сформировать у будущих специалистов знания, умения и навыки взаимовыгодного общения и сотрудничества с партнерами.

**Задачи дисциплины:** освоить совокупность норм, правил и требований протокола, необходимых для осуществления деловых коммуникаций; изучить действующее законодательство, содержащее нормы и правила протокола; рассмотреть разнообразные формы организации протокольной работы; развить навыки деловой коммуникации и общения.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Организация протокольных мероприятий» студенты должны обладать умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические аспекты протокольных мероприятий.
2. Деловой протокол по правилам.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 180 часов / 5 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5.

самостоятельная работа – 126 / 3,5.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
«Брендинг»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть обязательная дисциплина (Б1.В.ОД.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* изучение теоретических основ брендинга и формирование необходимых профессиональных знаний и расчётно-аналитических умений, инструментальных, профессиональных, социально-личностных и общекультурных компетенций – определенных личностных и профессиональных ценностей (знаний, умений и навыков) для успешной деятельности в профессиональной сфере, способности и готовности применять знания, опыт, умения в конкретной ситуации, при выборе оптимальных вариантов стратегии брендинга предприятия.

*Задачи дисциплины:* раскрытие сущности и актуальности брендинга, их принципов, функций, инструментария, которые помогают обеспечить конкурентные преимущества функционирующих бизнес-субъектов; изучение теоретических основ брендинга в деятельности хозяйствующих субъектов; раскрытие методов сбора маркетинговой информации и формирования банка маркетинговых исследований для целей планирования брендинга; представление студентам эволюции и современной теории брендинга, формирование умений и практического использования их положений; развитие способностей идентификации проблем брендинга и их решения; формирование навыков аналитического обеспечения управленческих решений, в том числе и по проблемам формирования политики бренда.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Брендинг» студенты должны обладать умением способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические аспекты брендинга.
2. Технология управления брендами.
3. Практический бренд менеджмент.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 104 / 2,9.

самостоятельная работа – 112 / 3,1.

**зачет, зачет с оценкой**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Информационные технологии в рекламе»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть обязательная дисциплина (Б1.В.ОД.3).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* изучение основ современных информационных технологий обработки информации; формирование у студентов знаний и умений использования офисных приложений при решении задач, связанных с профессиональной деятельностью.

*Задачи дисциплины:* изучение вопросов связанных с организацией и применением современных информационных технологий при решении практических задач в рекламе и связях с общественностью; получение навыков работы с вычислительной техникой и прикладными программными средствами для работы с деловой информацией; получение навыков разработки мультимедиа презентаций, навыков работы с базами данных; использование в профессиональной деятельности сетевых средств поиска и обмена информацией.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Информационные технологии в рекламе» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Классификация информационных технологий (ИТ).

Информационные технологии обработки экономической информации, информации в рекламе и связях с общественностью.

2. Информационные технологии автоматизации офиса.

3. Сетевые технологии обработки информации.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1.

самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Конкуренция в рекламе»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть обязательная дисциплина (Б1.В.ОД.4).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование знания теории и практики маркетинговой деятельности рекламного предприятия в условиях жесткой конкурентной борьбы.

**Задачи дисциплины:** представление бакалаврам эволюции, современной теории и опыта регулирования конкурентных отношений, формирование умений ее практического использования; обучение методам диагностики конкурентной среды и конкурентных отношений на рынке рекламных услуг; обучение методам определения конкурентоспособности рекламной услуги, предприятия.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Конкуренция в рекламе» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Конкурентная среда рекламных рынков.
2. Конкурентоспособность в рекламе.
3. Конкурентные стратегии рекламных предприятий.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 60 / 1,7.

самостоятельная работа – 48 / 1,3.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Отраслевой маркетинг»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть обязательная дисциплина (Б1.В.ОД.5).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* углубление и расширение знаний студентов основного курса «Основы маркетинга», выявление особенностей и формирование компетенций управления маркетинговой деятельностью фирмы в различных отраслях и сферах деятельности.

*Задачи дисциплины:* формирование знаний в области теоретических основ и прикладных аспектов управления маркетинговой деятельностью организаций в различных отраслях и сферах деятельности; выработка умений разрабатывать стратегические и операционные маркетинговые решения по элементам комплекса маркетинга; выработка навыков сбора и анализа маркетинговой информации и принятия на ее основе стратегических и тактических решений в области комплекса маркетинга организаций, работающих в различных отраслях и сферах деятельности; умение проводить оценку эффективности маркетингового управления организаций в различных отраслях и сферах деятельности.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Конкуренция в рекламе» студенты должны обладать способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Особенности маркетинга сельскохозяйственных предприятий.
2. Особенности маркетинга перерабатывающих предприятий АПК.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 84 / 2,3.

самостоятельная работа – 96 / 2,7.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Оценка эффективности рекламной и PR деятельности»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть обязательная дисциплина (Б1.В.ОД.6).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов экономического мышления, усвоение и систематизация основных теоретических аспектов по оценке эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью.

**Задачи дисциплины:** изучение методов оценки коммуникативной и экономической эффективности рекламы и PR; получение практических навыков оценки эффективности рекламной и PR деятельности предприятия.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Оценка эффективности рекламной и PR деятельности» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Оценка эффективности рекламной деятельности.
2. Оценка эффективности PR деятельности.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1.

самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Элективные курсы по физической культуре»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* освоение студентами практических знаний, приобретение умений, навыков в области физической культуры для формирования физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

*Задачи дисциплины:* изучить научно-практические основы физической культуры и здорового образа жизни, влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний и вредных привычек, способы контроля и оценки физического развития, физической подготовленности; правила и способы планирования индивидуальных занятий различной целевой направленности.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Элективные курсы по физической культуре» студенты должны обладать способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Практические занятия.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 328 часов

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Деловая корреспонденция»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.1.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* дать усвоение студентами теоретических и практических знаний и приобретение умений и навыков в области делопроизводства на основе научно обоснованных принципов и методов.

*Задачи дисциплины:* освоить понятийный аппарат в области документации и информации; получить необходимый комплекс сведений о правилах подготовки и оформления документов в соответствии со стандартами ГОСТ Р и ИСО. Освоить навыки составления и оформления основных документов в рамках традиционных и современных средств рекламы.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Деловая корреспонденция» студенты должны обладать способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Составление и оформление основных документов управления.
2. Организация работы с документами.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5.

самостоятельная работа – 18 / 0,5.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Психология и педагогика»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.1.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование целостного представления о психологических особенностях человека как факторах успешности его деятельности, понимания индивидуальных особенностей человека, его личностного становления и саморегуляции.

**Задачи дисциплины:** овладение понятийным аппаратом, описывающим познавательную, эмоционально-волевую, мотивационную сферы психического, проблемы личности. мышления, общения и деятельности, образования и саморазвития; приобретение студентами опыта анализа профессиональных и учебных проблемных ситуаций, организации профессионального общения и взаимодействия, принятия индивидуальных и совместных решений, рефлексии и развития деятельности; приобретение опыта учета индивидуально-психологических и личностных особенностей людей, стилей их познавательной и профессиональной деятельности; усвоение теоретических основ организации и осуществления современного образовательного процесса, диагностики его хода и результатов; формирование навыков подготовки и проведения основных видов учебных занятий.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Психология и педагогика» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-8).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Психология.
2. Педагогика.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 54 / 1,5.  
самостоятельная работа – 18 / 0,5.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.1.3).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование целостного представления о социальных системах, уровнях и способах управления социальными защитами населения; системных представлений о природе семейно-брачных отношений, о психологических закономерностях функционирования семьи в современном мире, приобретение знаний, позволяющих осуществлять индивидуальный подход при оказании социальной и психологической помощи инвалидам; получение теоретических знаний и приобретение необходимых практических навыков в области социального образования лиц с ограниченными возможностями.

**Задачи дисциплины:** научить использовать нормы позитивного социального поведения, реализовывать свои права адекватно законодательству; дать представление о механизмах социальной адаптации инвалидов; дать о представление об основополагающих международных документах, относящихся к правам инвалидов; основах гражданского, семейного, трудового законодательства, особенности регулирования труда инвалидов; дать представление об основных правовых гарантиях инвалидов в области социальной защиты и образования; научить анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации; научить составлению необходимых заявительных документов, резюме, осуществлению самопрезентации при трудоустройстве; научить использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных и профессиональных ситуациях.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Социальная адаптация и основы социально-правовых знаний» студенты должны обладать способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Основные нормативные правовые акты по правам инвалидов.
2. Медико-социальная экспертиза.
3. Трудоустройство инвалидов.

**Объем курса и форма аттестации:**



Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 54 / 1,5.  
самостоятельная работа – 18 / 0,5.

**экзамен**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Социальная реклама»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.2.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины* - ознакомление студентов с общетеоретическими проблемами социальной рекламы и выработка практических навыков работы в области социальной рекламы.

*Задачи дисциплины:* познакомить студентов с основными функциями и видами социальной рекламы, способами воздействия и выражения рекламы; дать знания об основных способах подачи социальной рекламы и оценки ее эффективности.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Социальная реклама» студенты должны обладать способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Социальная реклама: содержание, особенности, направления.
2. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы.
3. Эффект и эффективность социальной рекламы.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1.  
самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Концепция современного естествознания»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.2.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование у студентов знаний и понимания законов развития природы, общества и мышления и умения оперировать этими знаниями в профессиональной, освоение основных приемов и методов познавательной деятельности, необходимых современному квалифицированному специалисту.

*Задачи дисциплины:* формирование у студентов осознанного понимания основных тенденций развития естествознания, а также представления о едином механизме развития, охватывающем живую и неживую природу, уровнях организации материального мира и процессов, протекающих в них для осмысления экологических аспектов научно-технических разработок и внедрений.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Концепция современного естествознания» студенты должны обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Логика и методология развития естествознания.
2. Принципы и законы современной физики.
3. Самоорганизация в живой и неживой природе. Принципы универсального эволюционизма.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1.  
самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Мобильный маркетинг»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.3.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у бакалавров представления о мобильном маркетинге как инструменте маркетинговых коммуникаций, навыков и умений в применении мобильного маркетинга для позиционирования предприятия.

**Задачи дисциплины:** изучить инструменты и технологии мобильного маркетинга; познакомиться с видами устройствами, акциями мобильного маркетинга.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Мобильный маркетинг» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Понятие и сущность мобильного маркетинга.

2. Ключевые элементы мобильного маркетинга: возможности в действии.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 90 / 2,5.

самостоятельная работа – 18 / 0,5.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
«Медиакультура»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.3.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** дать расширенное представление о медиакультуре как уникальном, неоднозначном явлении, изучение которого предполагает комплексный подход, опирающийся на методологию истории и культурологи, философии и социологии, искусствоведения, педагогики и психологии.

**Задачи дисциплины:** изучить процессы развития медиакультуры; познакомиться с ролью медиакультуры в обществе; изучить уровень развития современных средств массовой коммуникации и специфику их воздействия на личность; проанализировать негативные методы воздействия СМИ; изучить задачи модернизации социокультурной сферы России.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Медиакультура» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Процессы развития медиакультуры. Роль медиакультуры в обществе.
2. Уровень развития современных средств массовой коммуникации и специфика их воздействия на личность.
3. Задачи модернизации социокультурной сферы России.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 90 / 2,5.  
самостоятельная работа – 18 / 0,5.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Коммуникативный практикум»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.3.3).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

***Цель дисциплины:*** сформировать умения и навыки эффективного поведения лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов в процессе общения.

***Задачи дисциплины:*** научиться толерантно воспринимать и правильно оценивать людей, включая их индивидуальные характерологические особенности, цели, мотивы, намерения, состояния; вступать в эффективные межличностные и деловые коммуникации; научиться ориентироваться в незнакомых ситуациях учебной и внеучебной деятельности в вузе, действовать с учетом данных условий; изучить особенности поведения личности в конфликтной ситуации, освоить технологию переговорного процесса в режимах принципиальной позиции, компромисса, сотрудничества; изучить теоретические основы, структуру и содержание процесса деловой коммуникации; методы и способы эффективного общения, проявляющиеся в выборе средств убеждения и оказании влияния на партнеров по общению.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Коммуникативный практикум» студенты должны обладать способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Социально-психологические особенности общения.
2. Психология конфликта.
3. Психологический климат коллектива.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 90 / 2,5.  
самостоятельная работа – 18 / 0,5.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Рекламный и PR текст»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.4.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** сформировать целостное представление о специфике рекламного и PR текста.

**Задачи дисциплины:** сформировать комплекс знаний о тексте; освоить разные подходы к изучению текста; сформировать представление о структуре рекламного и PR текста и его признаках; выявить особенности рекламного и PR текста; сформировать представление о жанровой парадигме рекламного и PR текста; выработать навыки анализа и конструирования различных жанров рекламного и PR текста.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Рекламный и PR текст» студенты должны обладать способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Рекламный текст как коммуникативная единица.

2. Стилистика рекламы и PR. Художественная ценность рекламного и PR текста.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5

самостоятельная работа – 54 / 1,5.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Компьютерный дизайн»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.4.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

Цель дисциплины: освоение студентами теоретических и практических знаний, приобретение умений и навыков в области компьютерной реализации в среде современных средств компьютерного дизайна.

Задачи дисциплины: формирование у студентов теоретических и практических навыков использования методов и принципов, применяемых в компьютерном дизайне.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Рекламный и PR текст» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Локальные и глобальные компьютерные сети в дизайне и рекламной деятельности.
2. Основы компьютерной графики.
3. Растровая компьютерная графика.
4. Векторная компьютерная графика.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5

самостоятельная работа – 54 / 1,5.

**зачет**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Адаптивные и информационные и коммуникационные технологии»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.4.3).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование у студентов знаний, умений и навыков, необходимых для работы на персональном компьютере, самостоятельного изучения специальной литературы, правильного истолкования и оценки получаемых результатов, а также формирование навыков самостоятельной работы.

Задачи дисциплины: изучение основ работы с операционной системой; изучение основ работы в офисных пакетах и пакетах прикладных программ специального назначения; изучение основ работы с мультимедийной информацией.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Рекламный и PR текст» студенты должны обладать способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 54 / 1,5

самостоятельная работа – 54 / 1,5.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
«Брендинг территории»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.5.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование у бакалавров теоретических знаний в области брендинга территорий, формирование навыков и умений в применении маркетинговых инструментов позиционирования региона в конкуренции территорий.

*Задачи дисциплины:* рассмотреть внешнюю и внутреннюю среду территории; раскрыть комплекс средств территориального маркетинга в позиционировании и дифференциации территорий; описать поведение потребителей в территориальном маркетинге; рассмотреть базовые и функциональные стратегии брендинга территорий.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Брендинг территории» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Введение в теорию брендинга территории.
2. Внутренняя и внешняя среда территории
3. Комплекс средств территориального маркетинга в позиционировании и дифференциации территорий.
4. Макросегментация и микросегментация в маркетинге территорий.
5. Поведение потребителей в территориальном маркетинге.
6. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества территории
7. Базовые и функциональные стратегии брендинга территорий.
8. Функция брендинга территории в системе регионального управления.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1

самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Агromаркетинг»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.5.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование у студентов навыков организации маркетинга на предприятиях сферы АПК.

*Задачи дисциплины:* рассмотреть особенности маркетинга на предприятиях сферы АПК; сформировать у студентов знание отраслевой специфики агromаркетинга, навыки принятия обоснованных решений в данной области.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Агromаркетинг» студенты должны обладать способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Сущность и особенности маркетинга в агропромышленном комплексе.

2. Политика управления АПК.

3. Анализ эффективности агропромышленного комплекса.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1

самостоятельная работа – 72 / 2.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Маркетинговое управление предприятием»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.6.1).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** формирование у студентов представления о маркетинге как управленческой концепции, ориентирующей на эффективное использование потенциальных возможностей и ресурсов предприятия для удовлетворения требований рынка и получения прибыли.

**Задачи дисциплины:** дать представление о стратегии и тактике маркетингового управления предприятием; обучить навыкам организационной, информационно-исследовательской, планово-прогностической и контрольно-ревизионной маркетинговой деятельности; обучить умению организовать и использовать службу маркетинга для решения оперативных и стратегических задач предприятия во взаимодействии со всеми другими функциональными службами предприятия; обучить умению оценивать результативность маркетинговых усилий предприятия.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Маркетинговое управление предприятием» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ОПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Маркетинг как интегрирующая функция в принятии управленческих решений.

2. Стратегическое и оперативное планирование маркетинга на предприятии.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 60 / 1,7

самостоятельная работа – 48 / 1,3.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Ценообразование в рекламе»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок 1 вариативная часть дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.6.2).

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** изучение экономически обоснованной методики установления цен, ценовой политики, последовательной их реализации для эффективного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений.

**Задачи дисциплины:** обосновать роль цены в современном хозяйственном механизме; раскрыть основы и методологии рыночного ценообразования; изучить методологические особенности ценообразования в России; рассмотреть порядок формирования свободных цен; раскрыть особенности формирования цен в отдельных отраслях народного хозяйства.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Ценообразование в рекламе» студенты должны обладать способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические вопросы ценообразования
2. Методологические вопросы ценообразования

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 60 / 1,7

самостоятельная работа – 48 / 1,3.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«По получению первичных профессиональных умений и навыков»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» (Б2. У.1)

**2. Цель и задачи практики:**

**Цель практики:** закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в организации и проведении профориентационной работы.

**Задачи практики:** ознакомление с будущей сферой профессиональной деятельности; подготовка студентов к осознанному и углубленному изучению общепрофессиональных и специальных дисциплин; освоение студентами первичных профессиональных компетенций по избранной специальности; ознакомление с общими принципами деятельности специалиста по связям с общественностью и рекламе в процессе организации профориентационной работы; организация и проведение коммуникационных кампаний; самостоятельное выполнение некоторых видов PR-работ и рекламных работ.

**3. Требования к результатам прохождения практики:**

В процессе прохождения практики «По получению первичных профессиональных умений и навыков» студенты должны обладать способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 432 часов / 12 зачетных ед., в т.ч.

**зачет, зачет**



**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«По получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» (Б2. У.2)

**2. Цель и задачи практики:**

*Цель практики:* закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе их практического применения посредством программного обеспечения «KONSI».

*Задачи практики:* ознакомление студентов с программным обеспечением, применяемым в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью; самостоятельное выполнение некоторых видов исследовательских работ при помощи ПО «KONSI».

**3. Требования к результатам прохождения практики:**

В процессе прохождения практики «По получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности» студенты должны обладать способностью умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед., в т.ч.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«По получению профессиональных умений и опыта профессиональной  
деятельности»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» (Б2. П.1)

**2. Цель и задачи практики:**

*Цель практики:* подготовить студентов к самостоятельной работе на производстве.

*Задачи практики:* приобрести практические навыки в анализе показателей экономической деятельности, определять тенденции развития предприятия; научиться анализировать организационную структуру предприятия с точки зрения ее рациональности и эффективности для выполнения маркетинговых и рекламных функций; научиться проводить товарные исследования; уметь определять целевые сегменты рынка и разрабатывать для них маркетинговую стратегию и стратегию продвижения; оценивать предприятия-конкуренты и товары-конкуренты; разрабатывать мероприятия по продвижению и определять их эффективность; давать рекомендации по организации и совершенствованию маркетинговой деятельности.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе прохождения практики «По получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности» студенты должны обладать способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 324 часов / 9 зачетных ед., в т.ч.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
**«Научно-исследовательская работа»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» (Б2. П.2)

**2. Цель и задачи практики:**

*Цель практики:* обобщение и систематизация исследовательского инструментария по рекламе и связям с общественностью, полученного в процессе освоения образовательной программы и использование его для сбора и анализа по теме дипломного исследования; овладение студентами основными приемами ведения самостоятельной научно-исследовательской работы; формирование у студентов профессиональных знаний в области научно-исследовательской деятельности.

*Задачи практики:* формирование комплексного представления о специфике деятельности выпускника по направлению «Реклама и связи с общественностью»; овладение методами исследования по направлению; совершенствование умения и навыков самостоятельной научно-исследовательской деятельности; развитие компетентности будущего бакалавра, специализирующегося в сфере рекламы и связей с общественностью; сбор и систематизация материалов для написания НИР.

**3. Требования к результатам прохождения:**

В процессе прохождения практики «Научно-исследовательская работа» студенты должны обладать способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10); способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 108 часов / 3 зачетных ед., в т.ч.

**зачет**

**Аннотация**  
рабочей программы практики  
«Преддипломная»

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место практики в основной образовательной программе:**

Блок 2 «Практики» (Б2. П.3)

**2. Цель и задачи практики:**

**Цель практики:** участие студента в работе рекламных служб и служб по связям с общественностью, закрепление и углубление теоретической подготовки, приобретение практических навыков и опыта самостоятельной профессиональной деятельности, а также приобщение к социальной среде организации для приобретения социально-личностных компетенций и накопление материала для написания выпускной квалификационной работы.

**Задачи практики:**

*1) Рекламно-информационная:*

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

*2) Рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая:*

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

*3) Информационно-технологическая:*

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

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

- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

*4) Организационно-управленческая:*

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

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

### **3. Требования к результатам освоения практики:**

В процессе прохождения практики «Преддипломная» студенты должны обладать способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

#### **Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 216 часов / 6 зачетных ед., в т.ч.

**зачет с оценкой**

**Аннотация**  
рабочей программы  
**«Государственная итоговая аттестация»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место в основной образовательной программе:**

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» (Б.3)

**2. Цель и задачи:**

*Цель ГИА:* установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ГОС ВО направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль «Маркетинг в рекламе и связях с общественностью» квалификации «бакалавр», оценка качества освоения общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, а также степени обладания выпускниками необходимыми знаниями, умениями и навыками.

*Задачи ГИА:* оценка понимания тенденций развития в сфере рекламы и связей с общественностью в мире, стране, регионе, компании; оценка системности владения выпускником теоретическими знаниями и практическими навыками по вопросам рекламы и связей с общественностью, готовности применения этих знаний при решении конкретных научных, управленческих и экономических задач; выявление уровня подготовленности выпускника к самостоятельной работе в условиях быстро меняющихся экономических, управленческих и законодательных процессов.

**3. Требования к результатам прохождения ГИА:**

В процессе ГИА студенты должны обладать способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1); способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2); способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3); способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4); способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5); способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6); способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7); готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9); способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-

1); владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2); обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3); умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4); умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5); способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6); способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1); владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2); владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3); способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9); способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10); способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11); способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12); способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13); способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14); владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15); способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

**Сдача Государственного экзамена, защита ВКР**

**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Социальные сети как средство коммуникации»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»  
Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью  
Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок «Факультативы» (ФТД.1)

**2. Цель и задачи дисциплины:**

**Цель дисциплины:** получение студентами практического опыта использования социальных сетей как средства коммуникации, в частности, в области продвижения, мониторинга, сбора и анализа информации, а также практического опыта использования маркетинговых подходов при работе с социальными сетями.

**Задачи дисциплины:** формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с работой в социальных сетях; развитие интереса к области использования социальных медиа в деятельности, связанной с коммуникациями, и исследованию процессов в социальных медиа, а также стимулирование творческого подхода к работе в этой области; формирование знаний и умений пользования современным инструментария при работе с социальными сетями, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Социальные сети как средство коммуникации» студенты должны обладать способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Теоретические основы социальных коммуникаций в Интернет-сетях.
2. Практика коммуникаций в социальных сетях.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед., в т.ч.  
аудиторные занятия – 36 / 1  
самостоятельная работа – 36 / 1

**зачет**



**Аннотация**  
рабочей программы дисциплины  
**«Профилактика зависимого поведения»**

Направление подготовки – 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль – Маркетинг в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

**1. Место дисциплины в основной образовательной программе:**

Блок « Факультативы» (ФТД.2)

**2. Цель и задачи дисциплины:**

*Цель дисциплины:* формирование у студентов мотивации здорового образа жизни как основы здоровья самого человека и его потомства.

*Задачи дисциплины:* знакомство с психофизиологическими основами профилактики зависимого поведения; рассмотрение основных типов зависимого поведения; формирование представления о здоровом образе жизни и его составляющих.

**3. Требования к результатам освоения дисциплины:**

В процессе освоения курса «Профилактика зависимого поведения» студенты должны обладать способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

**4. Перечень модулей дисциплины:**

1. Профилактика зависимого поведения и здоровый образ жизни.
2. Профилактика зависимости.

**Объем курса и форма аттестации:**

Всего: 72 часа / 2 зачетных ед., в т.ч.

аудиторные занятия – 36 / 1

самостоятельная работа – 36 / 1

**зачет**