**Частное учреждение образовательная организация высшего образования**

**«Омская гуманитарная академия»**

**Основная профессиональная образовательная программа**

**высшего образования –**

**программа академического бакалавриата**

Направление подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

(уровень бакалавриата)Утвержден Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997

 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414)

Направленность (профиль) программы

**«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**

Формы обучения: очная, заочная

**АННОТАЦИИ к РАБОЧИм ПРОГРАММам дисциплин**

**БАЗОВАЯ ЧАСТЬ**

**ФИЛОСОФИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.01 «Философия»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Философия**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностьиспользовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции  | ОК-1 | *Знать* * основные философские понятия и категории
* закономерности развития природы, общества и мышления

*Уметь* * применять понятийно-категориальный аппарат, основные законы гуманитарных и социальных наук в профессиональной деятельности
* применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности

*Владеть* * навыками философского мышления для выработки системного, целостного взгляда на проблемы общества
* навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.01 **«Философия**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.01 | Философия | ОК-1 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 54 | 10 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 36 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 54 | 94 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Философия, её предмет и роль в жизни общества

Тема № 2. История становления и развития философского знания

Тема № 3. Метафизика и онтология

Тема № 4. Гносеология и философия науки

Тема № 5. Диалектика как наука о всеобщей связи и всеобщем развитии

Тема № 6. Философия жизни и экзистенциализм

Тема № 7. Особенности философии постмодернизма

Тема № 8. Система категорий в философии

Тема № 9. Проблема сознания

Тема № 10. Человек как центральное понятие философской антропологии

Тема № 11. Общество как предмет осмысления социальной философии

Тема № 12. Сущность, структура и основные концепции культуры

**ИСТОРИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.02 «История»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«История**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностьанализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции | ОК-2 | *Знать* * основные этапы исторического развития
* место человека в историческом процессе

*Уметь* * критически воспринимать, анализировать и оценивать закономерности исторического развития
* применять исторические методы для оценки общественных процессов

*Владеть* * навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России для формирования патриотизма и гражданской позиции
* навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.02 **«История**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.02 | История | ОК-2 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 54 | 8 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 36 | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 54 | 96 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Сущность, формы и функции исторического знания

Тема № 2. Методологические основы исторической науки

Тема № 3. Исторические источники и их классификация

Тема № 4. Хронология мировой истории

Тема № 5. Значение исторического знания для современного общества

Тема № 6. Особенности развития культуры и общества в эпоху первобытности

Тема № 7. Древнейшие цивилизации Востока

Тема № 8. Роль и место античной цивилизации в мировой истории

Тема № 9. Основные черты европейского средневековья

Тема № 10. Сущность и основные идеи эпохи Возрождения

Тема № 11. Зарождение восточнославянских государств. Киевская Русь

Тема № 12. Татаро-монгольское иго и его влияние на историю России

Тема № 13. Формирование сословной системы организации общества

 в XV-XVII вв.

Тема № 14. Становление индустриального общества

Тема № 15. Особенности развития цивилизаций Индии, Ближнего и Дальнего востока в период средневековья и нового времени

Тема № 16. Колониализм как исторический феномен

Тема № 17. Реформы и реформаторы в истории России

Тема 18. Роль ХХ столетия в мировой истории. Глобализация общественных процессов. Основные тенденции развития общества на рубеже ХХ – XXI вв.

**РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.03 «Русский язык и культура речи»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Русский язык и культура речи**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-5 | *Знать** принципы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках
* основы межличностного и межкультурного взаимодействия

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми жанрами устной и письменной речи
* решать задачи межличностного взаимодействия

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.03 **«Русский язык и культура речи»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.03 | Русский язык и культура речи | ОК-5 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 6 зачетных единиц – 216 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 72 | 14 |
| *Лекций* | 36 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 36 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 117 | 193 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Структура речевой коммуникации.

Тема № 2. Речь в социальном взаимодействии.

Тема № 3. Устная и письменная формы речи.

Тема № 4. Функциональные стили речи.

Тема № 5. Функционально-смысловые типы речи.

Тема № 6. Коммуникативные цели, речевые стратегии, тактики и приемы.

Тема № 7. Прагматика и стилистика разговорной речи.

Тема № 8. Культура речи. Элитарная культура речи.

Тема № 9. Трудные случаи в системе норм произношения и ударения.

Тема № 10. Трудные случаи в системе морфологических норм.

Тема № 11. Трудные случаи в системе синтаксических норм.

Тема № 12. Трудные случаи в системе норм орфографии.

Тема № 13. Трудные случаи в системе фонетических норм.

Тема № 14. Трудные случаи в системе норм словоупотребления.

**ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.04 «Иностранный язык»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Иностранный язык**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-5 | *Знать* * лексические единицы социально-бытовой тематики, а также основы терминосистемы соответствующего направления подготовки; основы грамматической системы ИЯ
* правила речевого этикета в соответствии с ситуациями межкультурного общения в социально-бытовой сфере

*Уметь* * вести диалог/полилог, строить монологическое высказывание в пределах изученных тем
* передавать содержание прочитанного/прослушанного текста

*Владеть* * грамматическими навыками, обеспечивающими коммуникацию общего характера
* основной информацией о культуре и традициях стран изучаемого языка
* навыками устной речи; навыками аудирования
* всеми видами чтения иноязычных текстов; навыками письма орфографии
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.04 «**Иностранный язык**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.04 | Иностранный язык | ОК-5 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 6 зачетных единиц – 216 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 72 | 10 |
| *Лекций* | - | - |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 72 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 117 | 193 |
| Контроль | 27 | 13 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет экзамен  | зачет экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Лексическая тема «Illnesses and their Treatment».

Тема № 2. Лексическая тема «Way of life and character».

Тема № 3. Лексическая тема «Jobs».

№ 4. Лексические темы: «English Language Training Institute»

Тема № 5. Лексические темы: «My Flat».

Тема № 6. Лексические темы: «Dates and Times».

Тема № 7. Лексическая тема «Countries and Continents».

Тема № 8. Лексическая тема «Food and Drink».

Тема № 9. Лексическая тема «Daily Routine».

 Тема № 10. Лексическая тема «Universities».

Тема № 11. Лексическая тема «Climate and Weather».

Тема № 12. Лексическая тема «Travelling».

**ИНФОРМАТИКА**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.05 «Информатика»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** , направленность (профиль) **«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»**  утвержденного Приказом Минобрнауки России от 12.11.2015 № 1327 (зарегистрирован в Минюсте России 30.11.2015 N 39906), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Информатика**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать* * основные методы статистического анализа, способы обоснования полученных результатов
* методы обработки и интерпретации результатов, в том числе с использованием современных программных средств и обеспечения

*Уметь* * осуществлять выбор инструментальных средств для обработки данных в соответствии с поставленной задачей
* анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы

*Владеть* * владеть навыками построения организационно-управленческих моделей
* навыками внедрения инструментальных средств для обработки данных для оценки массовых явлений
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.05 **«Информатика**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.05 | Информатика | ОПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 8 |
| *Лекций* | 8 | 2 |
| *Лабораторных работ* | 28 | 6 |
| *Практических занятий* | - | - |
| Самостоятельная работа обучающихся | 72 | 96 |
| Контроль |  | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Предмет информатика

Тема № 2. Технические и программные средств реализации информационных процессов.

Архитектура компьютера. Уровни программного обеспечения.

Тема № 3. Основы алгоритмизации.

Тема № 4. Сети.

Тема № 5. Защита информации.

**ЭКОНОМИКА**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.06 «Экономика»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Экономика**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностьиспользовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-3 | *Знать* * стоимостные и ценностные оценки производства
* структуру экономики на различных уровнях
* структуру и функции хозяйственного механизма
* характеристики денежной системы экономики
* основные экономические взаимосвязи и взаимозависимости и их объективные параметры
* показатели экономической и социальной эффективности

*Уметь* * применять статистические данные для анализа
* применять методики расчета эффективности экономических процессов

*Владеть* * навыками системного анализа экономических процессов
* методами статистических оценок экономических и социальных процессов
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.06 **«Экономика**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б. Б.06 | Экономика | ОК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетные единицы – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 12 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 18 | 8 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 45 | 87 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Предмет экономики и её методологические основы. Экономическая среда жизнедеятельности человека

 Тема № 2. Экономические системы и их типы. Товарное производство, рыночная экономика, нерыночный сектор

 Тема № 3.Теория собственности и форм производства

 Тема № 4. Рынок и рыночный механизм

## Тема № 5. Формирование предпринимательского капитала и его оборот. Теория человеческого капитала

 Тема № 6. Организационно правовые формы предпринимательства

Тема № 7. Теории издержек и прибыли

Тема № 8. Совокупный спрос и совокупное предложение

Тема № 9. Теории циклов и инфляции

Тема № 10. Теории финансовой и денежно-кредитных систем

**МАТЕМАТИКА**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.07 «Математика»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Математика**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностьиспользовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-3 | *Знать* * стоимостные и ценностные оценки производства;
* структуру экономики на различных уровнях;
* структуру и функции хозяйственного механизма
* характеристики денежной системы экономики;
* основные экономические взаимосвязи и взаимозависимости и их объективные параметры
* показатели экономической и социальной эффективности.

*Уметь* * применять статистические данные для анализа;
* применять методики расчета эффективности экономических процессов

*Владеть* * навыками системного анализа экономических процессов;
* методами статистических оценок экономических и социальных процессов.
 |
| Способностью проводить маркетинговые исследования | ПК-9 | *Знать* * основные математические методы и подходы, используемые при проведении маркетинговых исследований;
* особенности применения математических методов и подходов, используемых при проведении маркетинговых исследований

*Уметь* * осуществлять подбор математических методов и подходов при проведении маркетинговых исследований
* применять математические методы и подходы при проведении маркетинговых исследований

*Владеть** навыками подбора математических методов и подходов, используемых при проведении маркетинговых исследований
* навыками применения математических методов и подходов, используемых при проведении маркетинговых исследований
 |
| Способностью организовывать и проводить социологические исследования | ПК-10 | *Знать* * особенности использования математических методов и моделей, используемых при организации и проведении социологических исследований;
* математические методы и модели, используемые при организации и проведении социологических исследований;

*Уметь* * создавать математические модели при проведении социологических исследований в соответствии с определенными алгоритмами;
* создавать математические модели при решении нестандартных задач в рамках социологических исследований;

*Владеть** навыками работы с математическими моделями при проведении социологических исследований в соответствии с определенными алгоритмами;
* навыками работы с математическими моделями при проведении социологических исследований, связанных с решением нестандартных и слабо формализованных задач
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.07 **«Математика»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.07 | Математика | ОК-3ПК-9ПК-10 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единицы – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 54 | 10 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 36 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 54 | 94 |
| Контроль | - | - |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1.Матрицы, определители, системы линейных уравнений.

Тема № 2. Аналитическая геометрия.

Тема № 3. Дифференциальное исчисление функций одной переменной.

Тема № 4. Неопределенный интеграл функций одной переменной.

**КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.08 «Культурология»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Культурология»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | ОК-6 | *Знать* * понятийно-категориальный аппарат культурологии
* основные культурологические концепции
* структуру, закономерности развития и функционирования культуры
* основные исторические типы культуры;
* типологические характеристики российской культуры

*Уметь* * использовать содержание и принципы культурологии для объяснения тех или иных феноменов культуры
* использовать методы культурологии для оценивания проектов модернизации, реализации воспитательных и культурно-просветительских задач в образовательных учреждениях и социальных средах

*Владеть* * навыками самостоятельной работы при изучении актуальных проблем теории и истории культуры
* навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.08 **«Культурология»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.08 | Культурология | ОК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 54 | 8 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 36 | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 54 | 96 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Место культурологии в системе знания

 Тема № 2. Проблема сущности культуры

 Тема № 3. Субъект культуры

 Тема № 4. Традиционные общества

 Тема № 5. Античность как тип культуры

 Тема № 6. Средневековая Европа

 Тема № 7. Культура Византии

 Тема № 8. «Рождение Запада»

 Тема № 9. «Модерн» от расцвета к кризису

 Тема № 10. Геополитические характеристики русской литературы

 Тема № 11. Проблемы специфики социодинамики русской культуры

 Тема № 12. Православие и русская православная церковь в истории отечественной культуры

 Тема № 13. Самодержавие как феномен русской культуры

 Тема № 14. Интеллигенция и культура России

 Тема № 15. Русская революция и культура

Тема № 16. Советская культура и современная Россия

**ПОСТРОЕНИЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.09 «Построение рекламных текстов»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Построение рекламных текстов»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы
* основы связей с общественностью

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.09 **«Построение рекламных текстов»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.09 | Построение рекламных текстов | ОПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 6 зачетных единиц – 216 академических часов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 72 | 20 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 54 | 16 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 117 | 187 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Этапы создания рекламного текста.

Тема № 2. Виды и формы текстовой рекламы.

Тема № 3. Принципы и процесс создания рекламного текста.

Тема № 4. Принципы создания рекламных слогонов.

Тема № 5. Факторы успешной (эффективной) рекламы. Виды тестирования текстовой рекламы

Тема № 6. Реклама и культура в 20 веке

Тема №7. Стили и жанры текстовой рекламы

Тема № 8.Приемы языковых манипуляций в рекламных текстах.

Тема №9. Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов

Тема № 10 Дизайн в рекламе

Тема № 11. Концепция создания рекламно-информационного издания.

**ПРАВОВЕДЕНИЕ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.10 «Правоведение»**

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

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Правоведение**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции | ОК-2 | *Знать* * основные этапы исторического развития;
* место человека в историческом процессе.

*Уметь* * критически воспринимать, анализировать и оценивать закономерности исторического развития.
* применять исторические методы для оценки общественных процессов;

*Владеть* * навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России для формирования патриотизма и гражданской позиции;
* навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии
 |
| Способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-4 | *Знать** основы общей теории права;
* основы российской правовой;
* системы и законодательства;
* основы норм отраслей современного российского права: конституционного, административного, гражданского, трудового, семейного, экологического и уголовного;
* состав правоотношения, виды, способы и механизмы защиты прав;
* правонарушения и их виды, виды и основания юридической ответственности.

*Уметь** Оперировать юридическими понятиями и категориями;
* Систематизировать возникающие ситуации на основе знания правовых норм различных отраслей российского права;
* Находить оптимальные варианты решения различных проблем на основе знаний законодательства РФ

*Владеть** навыками анализа различных правовых явлений, юридических фактов, правовых норм и правовых отношений;
* навыками пользования законами и другими нормативно-правовыми актами;
* навыками оценки своей деятельности и поведения с точки зрения правового регулирования
 |
| Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-5 | *Знать** принципы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках;
* основы межличностного и межкультурного взаимодействия.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми жанрами устной и письменной речи;
* решать задачи межличностного взаимодействия.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью;
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью.
 |
| Способностью к самоорганизации и самообразованию | ОК-7 | *Знать* * современные достижения и перспективы управления системами самоорганизации и самообразования в учебной деятельности обучающихся;
* содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности.

*Уметь* * применять технологии управления системами самоорганизации и самообразования в учебной деятельности обучающихся;
* планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения.

*Владеть* * приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности;
* навыками применения методов и технологий управления системами самоорганизации и самообразования в учебной деятельности обучающихся.
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.10 **«Правоведение»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.10 | Правоведение | ОК-2ОК-4ОК-5ОК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 54 | 10 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 36 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 54 | 94 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

**Тема № 1.** Основы теории государства и права

**Тема № 2.** Основы конституционного права РФ.

**Тема № 3.** Основы трудового права РФ труда.

**Тема №4.** Основы гражданского права РФ.

**Тема 5.** Основы семейного права РФ.

**Тема № 6.** Основы экологического права РФ.

**Тема № 7.** Основы административного права РФ.

**Тема № 8.** Основы уголовного права РФ.

**Тема № 9.** Права и свободы человека и гражданина: понятие и сущность

**БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.11. Безопасность жизнедеятельности**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 14.12.2015 № 1461 (зарегистрирован в Минюсте России 19.01.2016 N 40640), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Безопасность жизнедеятельности»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий | ОК-9 | *Знать* * правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности;
* методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций применительно к сфере своей профессиональной деятельности;

*Уметь* * оценивать параметры негативных факторов и уровень их воздействия в соответствии с нормативными требованиями;
* выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности;

*Владеть* * законодательными и правовыми основами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности;
* способами и технологиями защиты в чрезвычайных ситуациях;
* методикой расчета ущерба, связанного с травматизмом и несоблюдением требований гигиены и охраны труда;
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.11. **«Безопасность жизнедеятельности»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.11 | Безопасность жизнедеятельности | ОК-9 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 10 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 18 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 72 | 94 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1 Понятия здоровья, характеристика компонентов здоровья

Тема № 2 Условия жизнедеятельности человека. Организация питания обучающихся

Тема № 3 Негативные факторы  техносферы. Воздействие негативных факторов на человека. Обеспечение безопасности обучающихся во время пребывания в организации, осуществляющей образовательную деятельность.

Тема № 4 Правовые, нормативные и организационные основы охраны труда в организации.

Тема № 5 Особенности обеспечения безопасных условий труда в  профессиональной деятельности.

Тема № 6 Методы защиты в условиях чрезвычайных ситуаций

Тема № 7 Организация охраны здоровья

Тема № 8 Оказание первичной медико-санитарной помощи в порядке, установленном законодательством в сфере охраны здоровья. Обучение педагогических работников навыкам оказания первой помощи.

Тема № 9 Санитарно-гигиенические, профилактические и оздоровительные мероприятия, обучение и воспитание в сфере охраны здоровья граждан в Российской Федерации. Проведение санитарно-противоэпидемических и профилактических мероприятий.

Тема № 10 Организация и создание условий для профилактики заболеваний и оздоровления обучающихся, для занятия ими физической культурой и спортом.

Тема № 11 Пропаганда и обучение навыкам здорового образа жизни, требованиям охраны труда. Влияние курения, употребления алкогольных, слабоалкогольных напитков, пива, наркотических средств и психотропных веществ, их прекурсоров и аналогов и других одурманивающих веществ на организм человека.

**ОСНОВЫ САМООРГАНИЗАЦИИ И САМООБРАЗОВАНИЯ СТУДЕНТА**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.12 «Основы самоорганизации и самообразования студента»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Основы самоорганизации и самообразования студента**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность к самоорганизации и самообразованию | ОК-7 | *Знать* * современные достижения и перспективы управления системами самоорганизации и самообразования в учебной деятельности обучающихся
* содержание процессов самоорганизации и самообразования, их особенностей и технологий реализации, исходя из целей совершенствования профессиональной деятельности

*Уметь* * применять технологии управления системами самоорганизации и самообразования в учебной деятельности обучающихся
* планировать цели и устанавливать приоритеты при выборе способов принятия решений с учетом условий, средств, личностных возможностей и временной перспективы достижения

*Владеть* * приемами саморегуляции эмоциональных и функциональных состояний при выполнении профессиональной деятельности
* навыками применения методов и технологий управления системами самоорганизации и самообразования в учебной деятельности обучающихся
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.12 «**Основы самоорганизации и самообразования студента**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.12 | Основы самоорганизации и самообразования студента | ОК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часа

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 10 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 18 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 72 | 94 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Особенности самоорганизации времени учебной деятельности обучающихся

Тема № 2. Особенности развития памяти в процессе саморегуляции и самоорганизации деятельности студентов

Тема № 3. Учет основных мыслительных операций в процессе саморегуляции и самоорганизации деятельности студентов

Тема № 4. Особенности психических состояний обучающихся.

Тема № 5. Саморегуляция психических состояний обучающихся посредством изменения внешних условий

**ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ**

**1**. **Наименование дисциплины: Б1.Б.13 «История рекламы»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«История рекламы**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции | ОК-2 | *Знать* * основные этапы исторического развития
* место человека в историческом процессе

*Уметь* * критически воспринимать, анализировать и оценивать закономерности исторического развития
* применять исторические методы для оценки общественных процессов

*Владеть* * навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России для формирования патриотизма и гражданской позиции
* навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии
 |
| Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-2 | *Знать** эволюцию развития рекламной деятельности
* особенности развития работы по организации связей с общественностью

*Уметь** использовать исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* критически воспринимать с учетом исторического опыта новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации

*Владеть** навыками использования исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* навыками критического восприятия новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
 |
| Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг не рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью  | ПК-1 | *Знать:* * исторические предпосылки современной рекламы
* исторические формы и образы, использованные в рекламе
* вопросы регулирования рекламы в историческом аспекте
* специфику рекламы в разные периоды и разных культур

*Уметь:* * использовать исторический опыт рекламной работы в практической деятельности
* использовать исторические формы и образы, использованные в рекламе

*Владеть:* * способностью принимать управленческие решения в части рекламы с учетом исторического опыта рекламной деятельности
* способностью принимать управленческие решения с учетом исторического опыта формирования рекламы в разные периоды и разных культур
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.13 «**История рекламы**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.13 | История рекламы | ОК-2ОПК-2ПК-1 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 108 | 8 |
| *Лекций* | 36 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 36 | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 36 | 96 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Введение в историю рекламы и связей с общественностью.

Тема № 2 Реклама Западноевропейского Средневековья и Нового времени

Тема № 3. Реклама в России. Истоки устного рекламирования.

Тема № 4. Век ХХ. Реклама как системообразующий социальный институт индустриального и постиндустриального общества.

Тема № 5. Европейская реклама 19 века - начала 20 века

Тема № 6 . Реклама в США 19 - начала 20 века

Тема № 7. Коммерческая рекламная коммуникация.

Тема 8. Основные тренды мировой рекламы 1990-2000-х.

**ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.14 «Основы теории коммуникации»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Основы теории коммуникации**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-5 | *Знать** принципы коммуникации
* основы проведения коммуникационных кампаний

*Уметь** прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере рекламы
* использовать полученные знания для подготовки текстов

*Владеть* * проводить коммуникационные мероприятия
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | ПК-6 | *Знать** принципы эффективной внутренней коммуникации
* принципы эффективной внешней коммуникации

*Уметь** пользоваться современными средствами коммуникации
* оценивать эффективность коммуникационного процесса

*Владеть* * современными приемами организации эффективной коммуникации
* методами создания текстов разной функциональной направленности
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.14 **«Основы теории коммуникации»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.14 | Основы теории коммуникации | ОПК-5ПК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 90 | 12 |
| *Лекций* | 36 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 54 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 27 | 123 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Понятие коммуникации, функций коммуникаций.

 Тема № 2. Роль коммуникационных процессов в социокультурной среде.

Тема № 3. Теоретические концепции и модели коммуникации. Коммуникация как процесс и структура.

Тема № 4. Виды коммуникации: вербальная и невербальная коммуникация

Тема № 5. Субъекты коммуникации: адресат и адресант.

Тема № 6. Сущность массовой коммуникации. Теории массовой коммуникации.

Тема № 7. Межкультурная коммуникация.

Тема № 8. Понятия образа мира и языковой картины мира. Социально - психологическая обусловленность поведения людей в разных культурах. Национальный характер культуры.

Тема № 9. Основные подходы к коммуникативной личности. Типы коммуникативной личности.

Тема № 10. Профессионально-ориентированная коммуникация

**КОНФЛИКТОЛОГИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.15 «Конфликтология»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

Процесс изучения дисциплины **«Конфликтология**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | ОК-6 | *Знать* * о социальных, этнических, конфессиональных различиях представителей тех или иных социальных общностей;
* о культурных особенностях представителей тех или иных социальных общностей

*Уметь* * работая в коллективе, учитывать социальные, этнические, конфессиональные, культурные особенности представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе;
* толерантно воспринимать различия представителей различных социальных общностей в процессе профессионального взаимодействия в коллективе.

*Владеть* * в процессе работы в коллективе этическими нормами, касающимися социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;
* способами и приемами предотвращения возможных конфликтных ситуаций в процессе профессиональной деятельности.
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.15 «**Конфликтология**» является дисциплиной базовой части Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.15 | Конфликтология  | ОК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 2 зачетных единиц – 72 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 10 |
| *Лекций* | 18 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 18 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 36 | 58 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет в 3 семестре | зачет во 2 семестре |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Конфликтология. Философско-социологические и психологические традиции изучения конфликтов.

Тема № 2. Предмет науки о конфликте и методы исследования

Тема № 3. Структура конфликта

Тема № 4. Функции и развитие конфликта

Тема № 5. Внутриличностный конфликт

Тема № 6*.* Межличностный конфликт

Тема № 7. Конфликты в организации

Тема № 8. Межгрупповые конфликты

Тема № 9. Модели управления развитием конфликтов

**ПОЛИТОЛОГИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.16 «Политология»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Политология**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции | ОК-2 | *Знать* * основные этапы исторического развития
* место человека в историческом процессе

*Уметь* * критически воспринимать, анализировать и оценивать закономерности исторического развития
* применять исторические методы для оценки общественных процессов

*Владеть* * навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России для формирования патриотизма и гражданской позиции
* навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.16 **«Политология**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.16 | Политология | ОК-2 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 6 |
| *Лекций* | 18 | 2 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 18 | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 72 | 98 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5.** **Содержание дисциплины**

Тема № 1. Объект и предмет политологии.

Тема № 2. Основные парадигмы политической науки.

Тема № 3. Основные этапы развития научных взглядов на политику.

Тема № 4. Политика как общественное явление.

Тема № 5. Политическая власть и ее характеристики.

Тема № 6. Личность и массы в политике.

Тема № 7. Политические элиты.

Тема № 8. Политическое лидерство.

Тема № 9. Государство, его формы и структура.

Тема № 10. Негосударственные политические институты.

Тема № 11. Системность политики и политические системы.

Тема № 12. Политическая система демократического типа.

Тема № 13. Авторитарная и тоталитарная политические системы.

Тема № 14. Сущность и типы политических процессов.

Тема № 15. Международные и глобальные политические системы.

Тема № 16. Политическая культура.

Тема № 17. Политическое сознание.

**КОМПЬЮТЕРНАЯ ГРАФИКА**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.17 «Компьютерная графика»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Компьютерная графика**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы;
* основы связей с общественностью.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования;
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способностью организовывать и проводить социологические исследования | ПК-10 | *Знать* * основные этапы проведения социологических исследований;
* многообразие социологических методов к пониманию общества, его признаки, движущие силы и механизмы развития

*Уметь** выявлять социальные проблемы предлагать способы их решения с помощью социологического исследования;
* осуществлять сбор социологической информации при подготовке и реализации управленческих решений;

*Владеть* * владеть умением разрабатывать проектные решения в области профессиональной
* деятельности, готовить предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ;
* методикой и техникой организации и проведения социологического исследования,
* навыками первичной обработки и интерпретации полученных результатов
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11 | *Знать* * основные события, и процессы, сформировавшие российскую культуру для аналитических справок, обзоров и прогнозов;
* основные социологические методы и категории, развития природы для аналитических справок, обзоров и прогнозов;

*Уметь** применять социологические методы и средства для аналитических справок, обзоров, разделов и прогнозов;
* анализировать и оценивать информацию и факторы социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, разделов и прогнозов

*Владеть* * способностью брать на себя ответственность за разработку аналитических обзоров, разделов и прогнозов;
* навыками социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, обзоров, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.17 **«Компьютерная графика**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.17 | Компьютерная графика | ОПК-3ПК-10ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 12 |
| *Лекций* | 18 | 2 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 18 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 72 | 92 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Теоретические основы передачи графической информации.

Тема № 2. Растровая графика.

Тема № 3. Векторная графика.

Тема № 4. Трехмерная графика.

Тема № 5. Цветовые модели.

**СОЦИОЛОГИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.18 «Социология»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностьработать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия | ОК-6 | *Знать* * основные события, и процессы, сформировавшие российскую культуру позволяющие толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
* основные философские понятия и категории, развития природы, общества и мышления учитывая этнические, конфессиональные и культурные различия

*Уметь** применять социологические методы и средства для работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
* анализировать и оценивать информацию и факторы культурных, конфессиональных и социальных изменений

*Владеть* * способностью брать на себя ответственность за принятые решения в командной работе, несмотря на этнические и конфессиональные различия
* навыками работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
 |
| Способность организовывать и проводить социологические исследования | ПК-10 | *Знать* * основные этапы проведения социологических исследований;
* многообразие социологических методов к пониманию общества, его признаки, движущие силы и механизмы развития

*Уметь** выявлять социальные проблемы предлагать способы их решения с помощью социологического исследования
* осуществлять сбор социологической информации при подготовке и реализации
* управленческих решений

*Владеть* * владеть умением разрабатывать проектные решения в области профессиональной
* деятельности, готовить предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ;
* методикой и техникой организации и проведения социологического исследования
* навыками первичной обработки и интерпретации полученных результатов
 |
| Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11 | *Знать* * основные события, и процессы, сформировавшие российскую культуру для аналитических справок, обзоров и прогнозов
* основные социологические методы и категории, развития природы для аналитических справок, обзоров и прогнозов

*Уметь** применять социологические методы и средства для аналитических справок, обзоров, разделов и прогнозов
* анализировать и оценивать информацию и факторы социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, разделов и прогнозов

*Владеть* * способностью брать на себя ответственность за разработку аналитических обзоров, разделов и прогнозов
* навыками социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, обзоров, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.18 «**Социология**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.18 | Социология | ОК-6 ПК-10 ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 36 | 6 |
| *Лекций* | 18 | 2 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 18 | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 72 | 98 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Введение в социологию

Тема № 2. Социологический проект О. Конта. Классические социологические теории.

 Тема № 3. Русская социологическая мысль.

Тема № 4. Общество как социально-экономическая система

Тема № 5. Личность как социальный тип. Социализация личности

Тема № 6. Социальная структура общества. Понятие социального статуса

Тема № 7. Социальные группы. Типы социальных групп.

Тема № 8. Социальные институты и организации

Тема № 9. Социальная стратификация и социальная мобильность

Тема № 10. Методы социологического исследования

Тема № 11. Категории социологии потребления

**МЕНЕДЖМЕНТ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.19 «Менеджмент»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Менеджмент**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-4 | *Знать* * структурные элементы и этапы коммуникационного процесса;
* методы организации коммуникационных мероприятий

*Уметь** проводить анализ коммуникационных мероприятий организации;
* применять методы организации коммуникационных мероприятий

*Владеть* * навыками анализа коммуникационных мероприятий организации;
* методами организации коммуникационных мероприятий
 |
| Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг не рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | ПК-1 | *Знать* * функции и методы менеджмента
* методы оперативного планирования и контроля деятельности организации

*Уметь** применять функции и методы менеджмента для организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью;
* осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

*Владеть* * навыками применения функций и методов менеджмента для организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
* методами оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
 |
| Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | ПК-2 | *Знать* * теоретические основы организации и планирования своей деятельности и деятельности фирмы
* принципы организации и методы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы

*Уметь** применять теоретические знания в организации и планировании своей деятельности и деятельности фирмы
* применять принципы организации и методы оперативного планирования в своей деятельности и деятельности фирмы

*Владеть* * способностью к организации своей деятельности и деятельности фирмы
* навыками применения принципов организации и методов оперативного планирования в своей деятельности и деятельности фирмы
 |
| Владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами | ПК-3 | *Знать* * процессы групповой динамики;
* принципы организационно-правленческой работы с малыми коллективами

*Уметь* * применять знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды для организации деятельности малого коллектива
* осуществлять управление малым коллективом, созданным для реализации конкретного экономического проекта

*Владеть* * навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики и принципов формирования команды
* навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.19 **«Менеджмент»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.19 | Менеджмент | ОПК-4ПК-1ПК-2ПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 6 зачетных единиц – 216 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 98 | 26 |
| *Лекций* | 42 | 10 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 56 | 16 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 91 | 181 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

**Раздел 1. Теоретические основы менеджмента. Эволюция управленческой мысли.**

Тема № 1.1.Сущность и виды управления.

Тема № 1.2. Эволюция концепций менеджмента

Тема № 1.3. Особенности становления и развития науки управления в России

**Раздел 2. Методологические основы менеджмента.**

Тема № 2.1 Принципы, функции и методы менеджмента

Тема № 2.2. Планирование как функция управления.

Тема № 2.3. Организация как функция управления. Организационные структуры управления.

Тема № 2.4. Процесс контроля в организации.

**Раздел 3. Руководство, власть и лидерство**

Тема № 3.1. Теории лидерства. Стили руководства организацией.

Тема № 3.2. Групповая динамика.

Тема № 3.3. Мотивация деятельности в менеджменте.

Тема № 3.4. Делегирование полномочий.

Тема № 3.5. Принятие и реализация управленческих решений.

**Раздел 4. Управление изменениями и развитием организации. Эффективность управления.**

Тема № 4.1. Корпоративная культура и организационное поведение.

Тема № 4.2. Управление конфликтами.

Тема № 4.3. Управление изменениями в организации.

Тема № 4.4. Анализ эффективности менеджмента

**ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.20 «Основы маркетинга»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Основы маркетинга**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-5 | *Знать** сущность, цели, принципы, функции маркетинга, его роль в управлении организацией
* способы продвижения продукции; формы маркетинговых коммуникаций

*Уметь** анализировать рыночную среду; выявлять рыночные возможности и угрозы, а также сильные и слабые стороны управления маркетингом организации
* проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

*Владеть** навыками маркетинговых коммуникаций
* навыками маркетингового контроля
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.20 «**Основы маркетинга**» является дисциплиной является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.20 | Основы маркетинга | ОПК-5 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 8 зачетных единиц – 288 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 112 | 28 |
| *Лекций* | 56 | 10 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 56 | 18 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 149 | 251 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Введение Цели и задачи дисциплины. Ее место и значение в учебном процессе.

Тема № 2. Понятие и сущность маркетинга

Тема № 3. Организация деятельности маркетинговой службы предприятия

Тема № 4. Маркетинговая среда фирмы

Тема № 5. Сегментирование рынка

Тема № 6. Формирование товарной политики

Тема № 7. Стратегии маркетинга

Тема № 8. Разработка ценовой политики

Тема № 9. Товародвижение и дистрибьюция

Тема № 10. Продвижение продукции

Тема № 11. Реклама

Тема № 12. Маркетинговые коммуникации

Тема № 13. Маркетинговые исследования товарного рынка

**ПЛАНИРОВАНИЕ РЕКЛАМНЫХ И PR- КАМПАНИЙ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.21 «Планирование рекламных и PR-кампаний»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Планирование рекламных и PR-кампаний»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержаниекомпетенции) | Кодкомпетенции | Перечень планируемых результатовобучения по дисциплине |
| Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-1 | *Знать** принципы организации отдела рекламы
* принципы организации отдела связей с общественностью

*Уметь** владеть технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью
* владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий

*Владеть* * навыки работы с мультимедийными материалами
* использовать в практической работе полученные знания
 |
| Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | ПК-1 | *Знать** принципы оперативного планирования рекламной кампании
* принципы оперативного планирования деятельности по связям с общественностью

*Уметь** проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы
* оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

*Владеть* * навыками планирования рекламных кампаний
* навыками планирования PR-мероприятий
 |
| Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий | ПК-7 | *Знать** механизм взаимодействия со средствами массовой информации
* методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных

*Уметь** проводить специальные события, акции и мероприятия
* использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в мероприятиях

*Владеть* * навыками сравнительного анализа
* оценки эффективности проведенных кампаний
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.21 **«Планирование рекламных и PR-кампаний»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.21 | «Планирование рекламных и PR- кампаний» | ОПК-1ПК-1ПК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 8 зачетных единиц – 288 академических часов

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 112 | 42 |
| *Лекций* | 42 | 16 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 70 | 26 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 149 | 233 |
| Контроль | 27 | 13 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет экзамен  | зачет экзамен  |

**5.** **Содержание дисциплины**

Тема № 1. Рынок рекламы и связей с общественностью: основные субъекты

Тема № 2. Основы организации рекламной деятельности

Тема № 3. Рекламное агентство как сфера предпринимательства

Тема № 4. Менеджмент в рекламном агентстве

Тема № 5. Отдел рекламы и связей с общественностью в системе корпоративного менеджмента

Тема № 6. Виды и структура отделов рекламы и связей с общественностью

Тема № 7. Планирование работы отдела рекламы и связей с общественностью

Тема № 8. Документы отдела рекламы и связей с общественностью

Тема № 9. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отдела рекламы и связей с общественностью

Тема № 10. Основные направления деятельности отдела рекламы и связей с общественностью

Тема № 11. Внутрифирменный PR

Тема № 12. Способы оценки эффективности работы отдела рекламы и связей с общественностью

Тема № 13. Система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм

**БРЕНДИНГ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.22 «Брендинг»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Брендинг**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-1 | *Знать** принципы организации отдела рекламы
* принципы организации отдела связей с общественностью

*Уметь** владеть технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью
* владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий

*Владеть* * навыки работы с мультимедийными материалами
* использовать в практической работе полученные знания
 |
| Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг не рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | ПК-1 | *Знать** основные понятия: бренд, товарный знак, атрибуты и качества бренда; основные элементы марочной политики компании; сущность брендинга, его структуру и значение
* организацию работы рекламных служб и служб по связям с общественностью

*Уметь* * эффективно управлять процессом создания, продвижения, позиционирования, оживления и расширения брендов
* осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

*Владеть***:** * навыками оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
* навыками проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок
 |

3. **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.22 «**Брендинг**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.22 | Брендинг | ОПК-1ПК-1 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 42 | 14 |
| *Лекций* | 14 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 66 | 90 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Понятие торговой марки и бренда

Тема № 2. Основы брендинга

Тема № 3. Позиционирование бренда

Тема № 4. Типология брендов в сознании потребителей

Тема № 5. Бренд-менеджмент

Тема № 6. Тенденции и перспективы развития бренда. Международные и глобальные бренды

Тема № 7. Международные и глобальные бренды

Тема № 8. Развитие брендинга в России

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ И ОБЩЕСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.23 «Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997(зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| 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 | *Знать** основные законодательные документы РФ о рекламно-информационной деятельности
* основные направления политики государства в области регулирования рекламно-информационной деятельности

*Уметь** применить положения основных законодательные документы РФ о рекламно-информационной деятельности в организации деятельности редакции информационно-рекламного издания
* применить требования законодательства в области интеллектуальной собственности в рекламно-информационной деятельности

*Владеть** навыками работы с основными законодательными документами РФ о рекламно-информационной деятельности
* способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры
 |
| Владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами | ПК-3 | *Знать* * процессы групповой динамики;
* принципы организационно-управленческой работы с малыми коллективами

*Уметь* * применять знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды для организации деятельности малого коллектива;
* осуществлять управление малым коллективом, созданным для реализации конкретного экономического проекта

*Владеть* * навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики и принципов формирования команды;
* навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.23 **«Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.23 | Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности | ОПК-6ПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 42 | 10 |
| *Лекций* | 14 | 4 |
| *Лабораторных работ* |  |  |
| *Практических занятий* | 28 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 66 | 94 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Источники законодательства РФ о рекламно-информационной деятельности

Тема № 2. Организация деятельности редакции рекламно-информационного издания

Тема № 3. Государственная политика в области рекламно-информационной деятельности

Тема № 4. Свобода информации в рекламно-информационной деятельности

Тема № 5. Регулирование рекламно-информационной деятельности на радио и телевидении

Тема № 6. Рекламно-информационная деятельность СМИ в предвыборный период

Тема № 7. Интеллектуальная собственность в рекламно-информационной деятельности

Тема № 8. Законодательное и общественное регулирование рекламы. Законодательное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности в Интернете, в электронных СМИ

Тема № 9. Законодательные и этические ограничения в рекламно-информационной деятельности

Тема № 10. Защита чести, достоинства и деловой репутации в рекламно-информационной деятельности. Неприкосновенность частной жизни в рекламно-информационной деятельности

**ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.24 «Технологии управления общественным мнением»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции | ОК-2 | *Знать* * основные этапы исторического развития
* место человека в историческом процессе

*Уметь* * критически воспринимать, анализировать и оценивать закономерности исторического развития
* применять исторические методы для оценки общественных процессов

*Владеть* * навыками уважительного и бережного отношения к историческому наследию и культурным традициям России для формирования патриотизма и гражданской позиции
* навыками публичной речи, аргументации, ведения дискуссии
 |
| Способностьпринимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий | ПК-7 | *Знать* * сущность, структуру и функции общественного мнения как социального явления
* роль различных социальных акторов в процессе управления общественным мнением
* основные подходы к измерению состояний общественного мнения и конструированию показателей его оценки и способы расчета параметров общественного мнения
* принципы планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

*Уметь* * проводить исследования различных целевых аудиторий с помощью правил и принципов рассуждения на основе эмпирических (наблюдаемых и измеряемых) данных об объекте, понимать и грамотно интерпретировать полученные результаты исследования
* выявлять взаимосвязи социальных процессов и явлений в обществе и их отражение в общественном мнении
* вырабатывать рекомендации по формированию общественного мнения с использованием средств массовой коммуникации и информации
* применять знание основных социально-психологических закономерностей к анализу структуры, механизмов формирования общественного мнения

*Владеть* * основными методами и технологиями формирования и управления общественным мнением
* методами разработки программ исследования общественного мнения и технологий управления им с соблюдением методологических и процедурных требований, учитывающих специфику изучаемого объекта
* приёмами реагирования на действия политических конкурентов в политике, бизнесе, социальной сфере, основанными на использовании психологических методов и механизмов манипулирования массовым сознанием
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.24 «**Технологии управления общественным мнением**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.24 | Технологии управления общественным мнением | ОК-2ПК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 42 | 8 |
| *Лекций* | 14 | 2 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 66 | 96 |
| Контроль |  | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Общая характеристика общественного мнения

Тема № 2. Изучение общественного мнения

Тема № 3. Формирование и сущность общественного мнения.

Тема № 4. Виды социологического управления общественным мнением

Тема № 5. Технологические подходы к познанию социальной действительности

Тема № 6. Избирательные технологии

Тема № 7. Прогнозные характеристики избирательных технологий. PR и власть.

Тема № 8. Работа со СМИ

Тема № 9. Технологии использования общественного мнения

**ТЕХНОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.25 «Технология рекламы и связей с общественностью»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Технология рекламы и связей с общественностью**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-1 | *Знать** принципы организации отдела рекламы
* принципы организации отдела связей с общественностью

*Уметь** владеть технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью
* владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий

*Владеть* * навыки работы с мультимедийными материалами
* использовать в практической работе полученные знания
 |
| Способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий | ПК-7 | *Знать** механизм взаимодействия со средствами массовой информации
* методы исследования общественного мнения и анализа собранных данных

*Уметь** проводить специальные события, акции и мероприятия
* использовать коммуникационные модели и коммуникационные средства PR в мероприятиях

*Владеть* * навыками сравнительного анализа
* оценки эффективности проведенных кампаний
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.25 «**Технология рекламы и связей с общественностью**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.25 | Технология рекламы и связей с общественностью | ОПК-1ПК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 6 зачетных единиц – 216 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 84 | 30 |
| *Лекций* | 28 | 10 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 56 | 20 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 105 | 177 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. PR и реклама в системе маркетинговых коммуникаций

Тема № 2. PR-технологии: разновидности и базовые инструменты. Психологические аспекты применения технологий в рекламе и PR

Тема № 3. PR-технологии в инвестиционной сфере

Тема № 4. Политические PR-технологии

Тема № 5. PR-технологии в сети Интернет

Тема № 6. Социальные PR-технологии

Тема № 7. Реклама и PR в отрасли. Технология рекламно-информационного воздействия при проведении рекламных и PR-компаний

**ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.26 «Психология массовых коммуникаций»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

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

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК - 4 | *Знать* * структурные элементы и этапы коммуникационного процесса;
* методы организации коммуникационных мероприятий

*Уметь** проводить анализ коммуникационных мероприятий организации;
* применять методы организации коммуникационных мероприятий

*Владеть* * навыками анализа коммуникационных мероприятий организации;
* методами организации коммуникационных мероприятий
 |
| Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий | ПК-7 | *Знать* * основные правила планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
* виды и особенности планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в сфере рекламной работы и деятельности по связям с общественностью.

*Уметь* * участвовать в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
* выполнять профессиональные функции планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий, с учетом знания их особенностей, в области рекламы и связей с общественностью.

*Владеть* * методиками планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий;
* навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий.
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11 | *Знать* * основы анализа, обзора и прогнозирования;
* принципы разработки материалов прогнозно-аналитического характера в профессиональной деятельности;
* технологии разработки материалов прогнозно-аналитического характера в профессиональной деятельности.

*Уметь* * использовать информацию об анализе, обзорах и прогнозировании в рамках профессиональной деятельности;
* применять принципы разработки материалов прогнозно-аналитического характера в профессиональной деятельности;
* разрабатывать материалы прогнозно-аналитического характера.

*Владеть* * методологией анализа, обзора и прогнозирования;
* технологиями анализа, обзоров и прогнозирования;
* технологиями разработки материалов прогнозно-аналитического характера в профессиональной деятельности.
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.26 **«Психология массовых коммуникаций**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.26 | Психология массовых коммуникаций  | ОПК-4ПК-7ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 5 зачетных единиц – 180 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 56 | 14 |
| *Лекций* | 28 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 97 | 157 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен |

**5.** **Содержание дисциплины**

Тема № 1. Массовые коммуникации как объект психологического исследования

Тема № 2. Воздействие в массовых коммуникациях

Тема № 3. Массовые коммуникации и личность

Тема № 4. Массовые коммуникации и общество

**ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.27 «Основы медиапланирования»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997(зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Основы медиапланирования**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы
* основы связей с общественностью

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.27 **«Основы медиапланирования»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.27 | Основы медиапланирования | ОПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 56 | 16 |
| *Лекций* | 14 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 42 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 61 | 119 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Объект и предмет медиапланировпания как практического инструмента управления коммуникационными потоками в бизнесе и социальных процессах.

Тема № 2. Коммуникационное обеспечение бизнес процессов средствами ATL- и BTL рекламы в генезисе современной коммуникации политике предприятия.

Тема № 3. Типология современных рекламоносителей: признаки ATL-и BTL-рекламы..

Тема № 4. Особенности формирования коммуникации на этапах ЖЦТ.

Тема № 5. Основы медиапланирования «под» чертой: особенности современного рынка BTL-рекламы.

Тема № 6. Практика прямого маркетинга событийного маркетинга, мерчандайзинга.

Тема № 7. АTL-активность на растущих рынках. BTL-активность на растущих рынках. Тема № 8. Маркетинговые методики управления растущими рынками: уникальное торговое предложение (УТП) и критерии измерения ее эффективности.

Тема № 9. Типы бюджетирования: достоинства и недостатки.

Тема № 10. Задачи и итоги интегрирования коммуникаций в эффективный медиаплан.

**ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.28 «Физическая культура и спорт»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России от 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Физическая культура и спорт**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности | ОК-8 | *Знать** сущность понятий «Физическая культура личности» (ее содержание, структура, критерии и уровни проявления в социуме и личной жизни);
* сущность понятия «Здоровье» (его физическое, психическое, социальное и профессиональное проявления);
* сущность понятия «Здоровый образ жизни» (его составляющие и мотивация), а также их влияние на общую и профессиональную жизнедеятельность;
* социально-биологические и педагогические основы физического воспитания и самовоспитания;
* роль оптимальной двигательной активности в повышении функциональных и двигательных возможностей (тренированности) организма человека, работоспособности, в укреплении и поддержании здоровья, общей и профессиональной работоспособности; методику самостоятельного использования средств физической культуры и спорта для рекреации в процессе учебной и профессиональной деятельности

*Уметь** самостоятельно методически правильно использовать средства и методы физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития и телосложения
* использовать систематические занятия физическими упражнениями, различными видами сорта для формирования и развития психических качеств и свойств личности, необходимых в социально-культурной и профессиональной деятельности (нравственно-волевых, коммуникативных, организаторских, лидерских, уверенности в своих силах, самодисциплины, гражданственности, патриотизма)

*Владеть* * понятийным аппаратом в сфере физической культуры и спорта; - личным опытом, умениями и навыками повышения своих функциональных и двигательных способностей
* должным уровнем физической подготовленности, необходимым для ускорения освоения сугубо профессиональных умений и навыков в процессе обучения в вузе; для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности после окончания учебного заведения
* навыками рефлексии и само коррекции, с использованием методов и средств самоконтроля за своим состоянием
 |

Результаты освоения дисциплины зависят от групп, образованных на основании медицинского заключения:

– основная группа. К основной группе относятся обучающиеся без отклонений в состоянии здоровья (или с незначительными отклонениями), имеющие достаточную физическую подготовленность. В данной группе следует использовать обязательные виды занятий согласно учебной программе в полном объеме, а также сдачу контрольных нормативов, то есть для группы предписаны занятия физической культурой, в том числе и по игровым видам спорта, без ограничений и участие в соревнованиях;

– подготовительная группа. К подготовительной группе относятся обучающиеся, имеющие незначительные отклонения в состоянии здоровья, недостаточные физическое развитие и физическую подготовленность. Обучающиеся, отнесенные к этой группе, занимаются по учебным программам при условии более постепенного освоения комплекса двигательных навыков и умений, особенно связанных с предъявлением организму повышенных требований. То есть, занятия проводятся с незначительными ограничениями физических нагрузок, обучающие не выставляются на соревнования, но способны в рамках соревнований вести протоколы и судить игровые виды спорта;

– специальная медицинская группа. К специальной медицинской группе относят обучающихся, имеющих отклонения в состоянии здоровья, либо проходящих реабилитацию после перенесенных заболеваний, а также обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. Комплектование специальных медицинских учебных групп осуществляется с учетом пола, характера заболеваний обучающихся, уровня их физического и функционального состояния (на основании заключения (справки) врачебной комиссии). Таким образом, обучающимся данной группы показаны систематические занятия физическими упражнениями, в том числе игровыми видами спорта, со значительными ограничениями физических нагрузок в зависимости от видов заболеваний. Учебный процесс в специальной учебной группе направлен на:

- избирательность средств (подбор упражнений и дозирование нагрузки) с учетом имеющихся показаний и противопоказаний;

- формирование у обучающихся волевых компонентов, интереса, активности и объективной потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;

- освоение обучающимися знаний по методике использования средств физической культуры, в том числе игровых видов спорта, при заболевании, по контролю физического и функционального состояния организма;

- укрепление здоровья, коррекцию телосложения и осанки, расширение функциональных

возможностей, повышение устойчивости организма к неблагоприятным воздействиям окружающей среды.

На основании диагноза заболеваний и функциональных возможностей организма обучающиеся распределяются по подгруппам: «А», «Б» и «В».

Подгруппа «A» формируется из студентов с заболеваниями сердечно-сосудистой, дыхательной и центральной нервной системы. Основным содержанием занятий в этой группе являются дыхательные упражнения и упражнения циклического характера (ходьба, бег, плавание), позволяющие совершенствовать аэробные возможности занимающихся. Использование физической нагрузки в данной подгруппе должно подвергаться строгому индивидуальному дозированию.

Подгруппа «Б» состоит из студентов с заболеваниями органов пищеварения (язвенной болезнью, хроническим гастритом, колитом, холециститом), печени, эндокринной и мочеполовой системы. В эту же подгруппу включаются лица со средней и высокой степенью миопии. В данной подгруппе преимущественно используются упражнения основной гимнастики, облегченный вариант игровых упражнений, включенные в программы лечения конкретных заболеваний.

Подгруппа «В» комплектуется из студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: остаточными явлениями паралича, парезов, после перенесения травм верхних и нижних конечностей, с остаточными явлениями костного туберкулеза, деформацией грудной клетки, сколиозами. В этой группе используются упражнения, способствующие совершенствованию осанки, опорно-двигательного аппарата, общеразвивающие и корригирующие физические упражнения.

Используется группировка упражнений по их конкретному назначению в процессе выполнения двигательных действий. Для лиц, имеющих отклонения в состоянии здоровья, они подразделяются на общеразвивающие (общеукрепляющие) и специальные. Общеукрепляющие упражнения направлены на оздоровление и укрепление всего организма. Специальные упражнения оказывают избирательное воздействие на ту или иную часть опорно-двигательного аппарата. Одни и те же упражнения, в зависимости от физического состояния, диагноза заболевания и методики их применения, могут способствовать решению разных задач.

Занятие в специальной медицинской группе строится по стандартной схеме (подготовительная, основная и заключительная части), однако, в отличие от обычных, имеет свои принципиальные особенности.

В подготовительной части занятия выполняются общеразвивающие упражнения (в медленном и среднем темпе), чередуясь с дыхательными. Нагрузка повышается постепенно; применяются такие упражнения, которые обеспечивают подготовку всех органов и систем к выполнению основной части урока. В этой части урока не следует использовать много новых упражнений, а также интенсивные нагрузки.

В основной части занятия занимающиеся овладевают основными двигательными навыками, получают определенную для них максимальную физическую нагрузку, испытывают эмоциональное напряжение. Подбор упражнений в этой части занятия предусматривает решение ряда задач: овладение простейшими двигательными навыками, разностороннее развитие (в пределах возможностей занимающихся) основных физических качеств: быстроты, силы, выносливости, ловкости. Большое внимание уделяется развитию гибкости и улучшению координации движений. С этой целью применяются бег (отрезки по 20-30 м), чередующийся с ускоренной ходьбой, метания, подвижные игры, эстафеты, упражнения на равновесие.

В заключительной части занятия используются упражнения, восстанавливающие организм после физической нагрузки (ходьба, дыхательные упражнения, упражнения на расслабление и др.).

Особое значение при работе с группой приобретает принцип постепенного наращивания развивающе-тренирующих воздействий, предусматривающий увеличение объема и интенсивности нагрузок по мере роста функциональных возможностей организма. На начальном этапе учебно-тренировочного процесса студентов специальных медицинских групп используются нагрузки малой интенсивности. Частота сердечных сокращений (ЧСС) составляет 90-100 уд./мин., что на 25–30 % выше исходного уровня (70–77 уд./мин.). Дозировано включается физическая нагрузка средней интенсивности, повышающая частоту пульса до 40–50 % от исходной величины (до 100–115 уд./мин.). По мере роста функциональных возможностей организма используется нагрузка средней интенсивности и дозировано выше средней. ЧСС составляет 130–140 уд./мин., что на 70–80 % выше исходного уровня.

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.28 **«Физическая культура и спорт»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.28 | Физическая культура и спорт | ОК-8 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 72 академических часа (2 зачетные единицы)

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 72 |  |
| *Лекций* | 18 |  |
| *Лабораторных работ* |  |  |
| *Практических занятий* | 18 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 36 | 58 |
| Контроль |  | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1.Основные принципы здорового образа жизни. Понятие здоровье человека.

Тема № 2. Здоровье человека как ценность. Элементы здорового образа жизни.

Тема № 3. Здоровый образ жизни, его составляющие.

Тема № 4. Организм человека как единая саморазвивающаяся саморегулирующаяся биологическая система.

Тема № 5. Функциональные показатели состояния организма.

Тема № 6. Самоконтроль при занятиях физической культурой.

Тема № 7. Характеристика средств, форм и методов физической культуры

Тема № 8. Основные принципы оздоровительной тренировки.

Тема № 9. Характеристика базовых видов спорта и оздоровительных систем физических упражнений.

Тема № 10.Особенности выбора вида физической активности с учетом характера трудовой деятельности, индивидуальных особенностей и возможностей занимающихся.

**ДЕЛОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.29 «Деловые коммуникации »**

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

 В соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25 августа 2016 г. № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Деловые коммуникации** » направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умениепланировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-4 | *Знать* * структурные элементы и этапы коммуникационного процесса
* методы организации коммуникационных мероприятий

*Уметь** проводить анализ коммуникационных мероприятий организации
* применять методы организации коммуникационных мероприятий

*Владеть* * навыками анализа коммуникационных мероприятий организации
* методами организации коммуникационных мероприятий
 |
| Способностьучаствовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации  | ПК-6 | *Знать* * правила и полезные способы взаимодействия для успешной коммуникации
* приемы и виды активного слушания;
* особенности деловой коммуникации в различных национальных культурах

*Уметь* * преодолевать речевые барьеры при общении
* задавать вопросы, правильно отвечать на некорректные вопросы
* использовать приемы активного слушания
* эффективно взаимодействовать в коллективе по принятию коллегиальных решений

*Владеть* * навыками грамотно и профессионально вести телефонный разговор
* навыками грамотно и профессионально вести деловую переписку, деловые переговоры
 |
| Способностьпринимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий | ПК-7 | *Знать* * виды и функции общения;
* формы и виды деловой коммуникации;
* вербальные и невербальные средства коммуникации
* язык жестов в деловом общении

*Уметь* * давать характеристику деловому общению, официально-деловому стилю речи
* различать вербальные и невербальные средства коммуникации

*Владеть* * основными методами таких форм деловой коммуникации, как деловая беседа, переговоры, презентации, дискуссии и т.д.
* владеть знаниями об имидже делового человека
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.29 **«Деловые коммуникации »** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.29 | Деловые коммуникации  | ОПК-4ПК-6ПК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 5 зачетных единиц – 180 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 80 | 14 |
| *Лекций* | 32 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 48 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 73 | 157 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Предмет теории коммуникации

Тема № 2. Коммуникация и общение как ключевые категории теории коммуникации

Тема № 3. Виды деловой коммуникации

Тема № 4. Деловые переговоры

Тема № 5. Деловая беседа

Тема № 6. Совещания

Тема № 7. Публичное выступление

Тема № 8. Стиль делового общения

Тема № 9. Деловой этикет и этика

**СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.30 «Стилистика и литературное редактирование»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Стилистика и литературное редактирование»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы
* основы связей с общественностью

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.30 **«Стилистика и литературное редактирование»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.30 | Стилистика и литературное редактирование | ОПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 48 | 14 |
| *Лекций* | 16 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 32 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 69 | 121 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Текст литературного произведения как предмет работы редактора.

Тема № 2. Определенность, непротиворечивость, последовательность, обоснованность как необходимые условия точности формирования высказывания и правильности восприятия текста.

Тема № 3. Применение законов логики в ходе литературного редактирования текста.

Тема № 4. Виды текстов и особенности работы редактора над ними.

Тема № 5. Работа над фактическим материалом. Убеждающее воздействие факта.

Тема № 6. Психологические предпосылки правки текста. Обоснование необходимости изменений, критическая оценка поправок, внесенных в текст, сохранение творческой манеры и стиля автора

Тема № 7. Функциональные разновидности русского языка Функциональные стили, их взаимодействие.

Тема № 8. Научный стиль. Устная и письменная разновидности, специфика использования элементов различных языковых уровней в научной речи.

Тема № 9. Официально-деловой стиль. Жанровое разнообразие

Тема № 10. Требование единообразия написания имен, фамилий, дат, географических наименований, унификация терминов, единиц измерения и т.п.

Тема № 11. Правила и приемы цитирования. Требование точности воспроизведения цитат. Оформление библиографической ссылки.

Тема № 12. Работа над языком и стилем публикаций.

Тема № 13. Стилевые особенности и особенности редактирования произведений различных жанров (информационных, аналитических, художественной публицистических).

**СОВРЕМЕННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.31 «Современные маркетинговые коммуникации»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Современные маркетинговые коммуникации**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-4 | *Знать* * структурные элементы и этапы коммуникационного процесса
* методы организации коммуникационных мероприятий

*Уметь** проводить анализ коммуникационных мероприятий организации
* применять методы организации коммуникационных мероприятий

*Владеть* * навыками анализа коммуникационных мероприятий организации
* методами организации коммуникационных мероприятий
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.31 «**Современные маркетинговые коммуникации**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.31 | Современные маркетинговые коммуникации | ОПК-4 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 80 | 12 |
| *Лекций* | 32 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 48 | 8 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 37 | 123 |
| В т.ч курсовая работа | 8 | 8 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

Учебным планом по дисциплине «Современные маркетинговые коммуникации» предусмотрена курсовая работа

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Понятие современных маркетинговых коммуникаций.

Тема № 2. Стратегия современных маркетинговых коммуникаций.

Тема № 3. Реклама как ведущий элемент современных маркетинговых коммуникаций.

Тема № 4. Стимулирование сбыта. Методы продвижения товаров производителем. Методы продвижения в розничной торговле.

Тема № 5. PR как канал современных маркетинговых коммуникаций.

Тема № 6. Интернет – маркетинг.

Тема № 7. Основные средства коммуникативного воздействия.

 **Темы курсовых работ:**

1.​ Система маркетинговых коммуникаций как элемент комплекса маркетинга на предприятии.

2.​ История развития инструментов системы маркетинговых коммуникаций.

3.​ Структура маркетинговых коммуникаций.

4.​ Концепция интегрированных маркетинговых коммуникаций

5.​ Применение основных инструментов системы маркетинговых коммуникаций на различных этапах жизненного цикла товара.

6.​ Медиапланирование маркетинговых коммуникаций.

7.​ Разработка эффективного рекламного обращения.

8.​ Технология создания эффективного рекламного текста.

9.​ Организация рекламной кампании предприятия (товара).

10.​ Методы формирования бюджета рекламных кампаний.

11.​ Психологическое воздействие рекламы на потребителей.

12.​ Управление рекламной деятельностью.

13.​ Оценка эффективности рекламной деятельности.

14.​ Пропаганда как средство формирования общественного мнения.

15.​ Формирование фирменного стиля предприятия.

16.​ Реклама – основной инструмент маркетинговых коммуникаций

17.​ Особенности и задачи рекламы на различных фазах жизненного цикла товара

18.​ Психологические модели построения рекламных кампаний

19.​ PR как инструмент маркетинговых коммуникаций

20.​ Интернет-реклама как инструмент маркетинговых коммуникаций

21.​ Реклама на радио как инструмент маркетинговых коммуникаций

22.​ Реклама по электронной почте как инструмент маркетинговых коммуникаций

23.​ Мерчендайзинг как инструмент маркетинговых коммуникаций

24.​ Рекламные мероприятия, связанные с проведением ярмарок и выставок

25.​ Социальный феномен PR. Эволюция концепций public relations

26.​ Стимулирование сбыта как инструмент маркетинговых коммуникаций

27.​ Стимулирование покупателей как инструмент маркетинговых коммуникаций

28.​ Стимулирование продавцов как инструмент маркетинговых коммуникаций

29.​ Техника таинственного покупателя как инструмент маркетинговых коммуникаций

30.​ Мерчандайзинг как инструмент маркетинговых коммуникаций

31.​ Личные продажи как инструмент маркетинговых коммуникаций

32.​ Материалы на местах продажи как инструмент маркетинговых коммуникаций

33.​ Мобильный маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций

34.​ Упаковка как инструмент маркетинговых коммуникаций

35.​ Связи с общественностью, ориентированные на формирование продаж как инструмент маркетинговых коммуникаций

36.​ Неформальные мнения как инструмент маркетинговых коммуникаций

37.​ Коммуникации корпоративного имиджа (выбрать одно из направлений: системы корпоративной идентификации; внутрикорпоративные инструменты корпоративной культуры; связи со средствами массовой информации; пиар с контактными и целевыми группами; реклама наружная; веб-сайт и его продвижение; спонсорство; социальная ответственность и благотворительность; корпоративные и СМИ-события; неформальные мнения; косвенная реклама в художественных произведениях; слухи; вирусный марке​тинг).

38.​ Интернет-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций

39.​ Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых коммуникаций

40.​ Нестандартные рекламные проекты

41.​ Инструменты и методики коммуникационных исследований.

42.​ Методика оценки эффективности маркетинговых коммуникаций

43.​ Исследование репутации компании

44.​ Анализ рекламных инструментов группы BTL (Below the line)

45.​ Анализ рекламных инструментов группы ATL (Above the line)

46.​ Анализ рекламных инструментов группы TTL (through the line)

47.​ Мобильный маркетинг (Мобильный контент + SMS) (Mobile marketing) как инструмент маркетинговых коммуникаций

48.​ Рекламные материалы на местах продажи (POS/POSM) как инструмент маркетинговых коммуникаций

49.​ Лоббизм (Lobbying) как инструмент маркетинговых коммуникаций

50.​ Стратегия маркетинговых коммуникаций «вирусный маркетинг» (Viral marketing) как инструмент маркетинговых коммуникаций

51.​ Внедрение в язык (Language embedding) как инструмент маркетинговых коммуникаций

52.​ Внедрение в тело (Body embedding) как инструмент маркетинговых коммуникаций

53.​ Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продаж.

54.​ Стратегический подход к управлению маркетинговыми коммуникациями

55.​ Интегрированный подход к управлению стратегией маркетинговых коммуникаций

56.​ Роль брендинга в концепции интегрированных маркетинговых коммуникаций

57.​ Планирование и разработка стратегии маркетинговых коммуникаций

58.​ Организационное построение отдела маркетинговых коммуникаций

59.​ Анализ телевизионной рекламы продукции отечественных или зарубежных фирм на российском телевидении (фирмы – по выбору бакалавра).

60.​ Анализ эффективности рекламных кампаний (на примере фирмы, агентства).

61.​ Выставочно-ярмарочная деятельность предприятия (на примере…).

62.​ Дополнительные торговые услуги как элемент маркетинговой политики продвижения.

63.​ Паблик рилейшнз в системе маркетинговых коммуникаций.

64.​ Практика имиджевой рекламы на российском рынке (на примере фирмы, рекламного агентства).

65.​ Пути совершенствования управления рекламной деятельностью (на примере фирмы).

66.​ Разработка медиастратегии для конкретного продукта (на примере...).

67.​ Разработка плана рекламных мероприятий и этапы проведения.

68.​  Разработка программы взаимодействия с потребителями на рынке страховых услуг.

69.​ Разработка программы продвижения бренда на рынке b-2-b.

70.​  Разработка программы стимулирования сбыта компании (на примере…).

71.​ Разработка товарной марки и фирменного стиля компании.

72.​ Социально-психологические основы использования мерчендайзинга.

73.​ Сравнительный анализ эффективности различных средств рекламы.

74.​ Стимулирование сбыта, сервисная политика и прямые продажи.

75.​ Упаковка товара и ее роль в товарной политике фирмы.

76.​ Управление товарными марками (брендами) в сфере услуг (на примере предприятий определенной сферы услуг).

**ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.32 «Инновационный менеджмент»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Инновационный менеджмент**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностьиспользовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-3 | *Знать* * стоимостные и ценностные оценки производства;
* структуру экономики на различных уровнях;
* структуру и функции хозяйственного механизма
* характеристики денежной системы экономики;
* основные экономические взаимосвязи и взаимозависимости и их объективные параметры
* показатели экономической и социальной эффективности.

*Уметь* * применять статистические данные для анализа;
* применять методики расчета эффективности экономических процессов

*Владеть* * навыками системного анализа экономических процессов;
* методами статистических оценок экономических и социальных процессов.
 |
| Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | ПК-2 | *Знать* * технологию разработки, принятия и реализации инновационных проектов
* современные тенденции и проблемы в области управления инновационным развитием компаний

*Уметь* * анализировать процессы планирования и реализации внедрения инноваций
* оценивать инновационную стратегию организации

*Владеть* * навыками проведения анализа внутренней и внешней инновационной среды организации
* навыками оценки инновационного потенциала компании
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.32 **«Инновационный менеджмент»** является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.32 | Инновационный менеджмент | ОК-3ПК-2 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетные единицы – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 48 | 18 |
| *Лекций* | 16 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 32 | 12 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 60 | 86 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5.** **Содержание дисциплины**

Тема № 1. Основные понятия инновационного менеджмента. Классификация инноваций

Тема № 2. Инновационные процессы. Жизненные циклы инноваций

Тема № 3. Национальная и региональная инновационная система

Тема № 4. Инфраструктура инновационной деятельности

Тема № 5. Основные организационные формы предприятий инновационного менеджмента

Тема № 6. Управление инновационными проектами и программами

Тема № 7. Маркетинг инноваций

Тема № 8. Финансирование инновационной деятельности. Инвестиции в инновации

Тема № 9. Управление рисками инновационных проектов

**ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.33 «Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-2 | *Знать** эволюцию развития рекламной деятельности
* особенности развития работы по организации связей с общественностью

*Уметь** использовать исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* критически воспринимать с учетом исторического опыта новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации

*Владеть** навыками использования исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* навыками критического восприятия новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
 |
| Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг не рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | ПК-1 | *Знать* * основы управленческой деятельности и организации работы рекламных служб и служб, технологию оперативного планирования и оперативного контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, особенности и технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, методы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
* особенности интернет-рекламы и интернет- PR

*Уметь* * выполнять профессиональные функции по управлению, организации, планированию и оперативному контролю рекламной работы и деятельности по связям с общественностью, применять соответствующие технологии проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, использовать методы оценки эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью
* планировать эффективность рекламных и PR-кампаний, осуществлять оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью

*Владеть* * навыками управления, организации, планирования и оперативного контроля рекламной работы и деятельности по связям с общественностью, применения соответствующих технологий проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению то- варов и услуг на рынок, использования методов оценки эффективности деятельности в области рекламы и связей с общественностью
* методами и средствами оценки эффективности интернет-рекламы и интернет-PR
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.33 «**Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.33 | Технология создания имиджа в рекламе и связях с общественностью  | ОПК-2ПК-1 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единицы – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 42 | 10 |
| *Лекций* | 14 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 6 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 66 | 94 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Планирование рекламных кампаний

Тема № 2. Концепция позиционирования в рекламе и связях с общественностью.

Тема № 3. Товарный знак, фирменный стиль, брендинг и реклама.

Тема № 4. Технологии конструирования имиджа в рекламе в рекламе и связях с общественностью.

**МИРОВЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.34 «Мировые информационные ресурсы»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Мировые информационные ресурсы**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| 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 | *Знать** основные законодательные документы РФ о рекламно-информационной деятельности
* основные направления политики государства в области регулирования рекламно-информационной деятельности

*Уметь** применить положения основных законодательные документы РФ о рекламно-информационной деятельности в организации деятельности редакции информационно-рекламного издания
* применить требования законодательства в области интеллектуальной собственности в рекламно-информационной деятельности

*Владеть** навыками работы с основными законодательными документами РФ о рекламно-информационной деятельности
* способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.34 **«Мировые информационные ресурсы**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.34 | Мировые информационные ресурсы | ОПК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 56 | 12 |
| *Лекций* | 28 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 8 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 61 | 123 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Мировое информационное пространство

Тема № 2. Информационные ресурсы общества.

Тема № 3. Информационные ресурсы сети Интернет.

Тема № 4. Оценка эффективности использования информационных ресурсов.

**ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.35 «Интегрированные маркетинговые коммуникации»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Интегрированные маркетинговые коммуникации**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-5 | *Знать** выбор наиболее эффективных видов маркетинговых коммуникаций определенного товара для расширения сбыта
* отдельные средства массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию

*Уметь** осуществлять подготовку по приемам содействия продажам и выбору оптимального канала коммуникации
* создавать уникальное торговое предложение различными средствами рекламы, паблик рилейшнз, личными продажами

*Владеть** навыками работы с информационными материалами разного назначения;
* приемами медиапланирования
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.35 «**Интегрированные маркетинговые коммуникации**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.35 | Интегрированные маркетинговые коммуникации | ОПК-5 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 70 | 14 |
| *Лекций* | 28 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 42 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 47 | 121 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Эволюция развития системы маркетинговых коммуникаций. Интегрированный подход к формированию коммуникационной политики предприятия

Тема № 2. Планирование коммуникационных кампаний продукта

Тема № 3. Оценка эффективности ИМК

Тема № 4. АТL и ВТL-технологии в коммуникационной политике предприятия.

Личные продажи и директ-маркетинг в системе ИМК

Тема № 5. Рекламная деятельность в системе ИМК. Тенденции развития рекламного рынка в России. PR и стимулирование продаж в системе ИМК

Тема № 6. Стимулирование сбыта продукта в ИМК

Тема № 7. PR (Public relations) как вид ИМК

**РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИЯ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.36 «Разработка и технология рекламного продукта»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Разработка и технология рекламного продукта**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладание базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы
* основы связей с общественностью

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способность проводить маркетинговые исследования | ПК-9  | *Знать** приемы и средства коммуникативного воздействия
* типологию маркетинговых исследований

*Уметь** проводить маркетинговые исследования
* использовать средства коммуникативного воздействия;

*Владеть** методами маркетингового исследования
* навыками проведения маркетинговых исследований
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.36 «**Разработка и технология рекламного продукта**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.36 | Разработка и технология рекламного продукта | ОПК-3ПК-9  |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 8 зачетных единиц – 288 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 98 | 34 |
| *Лекций* | 28 | 12 |
| *Лабораторных работ* | 14 | 8 |
| *Практических занятий* | 56 | 14 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 163 | 245 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5.** **Содержание дисциплины**

Тема № 1. Рекламное обращение.

Тема № 2. Язык рекламы.

Тема № 3. Проектирование рекламной кампании.

Тема № 5. Креатив в рекламе.

Тема № 6. Технологии производства рекламной продукции.

Тема № 7. Форма и содержание рекламного продукта

Тема № 8. Творческий процесс разработки рекламного продукта

Тема № 9. Составление рекламных текстов. Копирайтинг

Тема № 10. Художественное оформление, дизайн и редактирование в рекламе. Рекламный креатив

Тема № 11. Оценка эффективности рекламного продукта

**ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.37 «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-1 | *Знать** принципы организации отдела рекламы
* принципы организации отдела связей с общественностью

*Уметь** владеть технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;
* владеть технологиями проведения специальных событий, акций и мероприятий

*Владеть* * навыками работы с мультимедийными материалами
* использовать в практической работе полученные знания
 |
| Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-2 | *Знать** эволюцию развития рекламной деятельности
* особенности развития работы по организации связей с общественностью

*Уметь** использовать исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* критически воспринимать с учетом исторического опыта новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации

*Владеть** навыками использования исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* навыками критического восприятия новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
 |
| Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | ПК-2 | *Знать** теоретические основы организации и планирования своей деятельности и деятельности фирмы;
* принципы организации и методы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы

*Уметь** организовать оперативное планирование своей деятельности
* контролировать исполнение и корректировать планы своей деятельности

*Владеть** навыками оперативного планирования своей деятельности
* механизмом корректировки своей деятельности
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.37 «**Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.37 | Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью | ОПК-1ОПК-2ПК-2 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 60 | 16 |
| *Лекций* | 20 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 40 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 57 | 119 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. PR-отдел в структуре организации: целесообразность и принципы создания

Тема № 2. PR-подразделения в органах государственной власти и управления

Тема № 3. PR-отдел в коммерческих и некоммерческих организациях

Тема № 4. Квалификационные характеристики специалиста PR. Специальности в сфере PR

Тема № 5. Планирование и программирование работы подразделения, ее место в разработке общекорпоративной стратегии

Тема № 6. Исследовательский сегмент в PR-отделе

Тема № 7. Аналитический сегмент в работе PR-отдела

Тема № 8. Творческий сегмент в работе PR-отдела

**МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.Б.38 «Маркетинговые исследования»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Маркетинговые исследования**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностьиспользовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-3 | *Знать* * основы экономических знаний
* особенности применения экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

*Уметь* * осуществлять подбор экономических методов в различных сферах жизнедеятельности
* применять экономические знания и методы

*Владеть* * навыками подбора экономических методов при решении профессиональных задач
* навыками применения экономических знаний при решении профессиональных задач
 |
| Владение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью | ОПК-2 | *Знать** эволюцию развития рекламной деятельности
* особенности развития работы по организации связей с общественностью

*Уметь** использовать исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* критически воспринимать с учетом исторического опыта новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации

*Владеть** навыками использования исторически проверенные технологии взаимодействия с общественностью в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
* навыками критического восприятия новшества в работе рекламной службы и службы по связям с общественностью фирмы и организации
 |
| Способность проводить маркетинговые исследования | ПК-9 | *Знать** приемы и средства коммуникативного воздействия;
* типологию маркетинговых исследований

*Уметь** проводить маркетинговые исследования
* использовать средства коммуникативного воздействия;

*Владеть** методами маркетингового исследования
* навыками проведения маркетинговых исследований
 |
| Способность владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11  | *Знать** методологию маркетинговых исследований
* структуру аналитических отчетов

*Уметь** выявлять и удовлетворять потребности покупателей
* составить отчет по результатам проведенного маркетингового исследования

*Владеть** навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
* навыками анализа рыночной конъюнктуры
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.Б.38 «**Маркетинговые исследования**» является дисциплиной базовой части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.Б.38 | Маркетинговые исследования | ОК-3ОПК-2ПК-9ПК-11  |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины –6 зачетных единиц – 216 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 80 | 22 |
| *Лекций* | 20 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 60 | 16 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 109 | 185 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Раздел I. Концепция маркетинговых исследований

Тема № 1. Методические основы маркетинговых исследований

Тема № 2. Содержание и задачи маркетинговых исследований

Тема № 3. Информация в маркетинговых исследованиях

Тема № 4. Разработка плана маркетингового исследования

Раздел II. Методы маркетинговых исследований

Тема № 5. Опрос как метод сбора первичной информации

Тема № 6. Наблюдение в процессе полевых исследований

Тема № 7. Фокус-группа как метод сбора первичной информации

Тема № 8. Эксперимент как метод сбора информации

Тема № 9. Метод имитационного моделирования

**ВАРИАТИВНАЯ ЧАСТЬ**

**ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.01** **«Правовое регулирование рекламной деятельности в коммерческой сфере»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Правовое регулирование рекламной деятельности в коммерческой сфере**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности | ОК-4 | *Знать* * основные понятия права, функции и источники права;
* основные принципы построения и функционирования системы права;
* формы реализации правовых норм, при осуществлении своей профессиональной деятельности;
* виды правонарушений и юридической ответственности;
* роль государства в регулировании общественных отношений;
* иметь четкое представление об основных отраслях права, входящих в курс данной учебной дисциплины, которые регламентируют (определяют) наиболее важные общественные отношения;
* иметь представление о тенденциях правового развития современного общества;

*Уметь* * использовать навыки доказательного изложения мыслей и ведения научной дискуссии.
* применять в процессе своей жизнедеятельности и работы нормы различных отраслей права;
* анализировать основные проблемы правоприменительной практики;
* пользоваться в практической профессиональной деятельности различными юридическими методами обеспечения своих законных интересов;

*Владеть* * навыками реализации международного и российского права на обращение в органы государственной власти и местного самоуправления;
* навыками осуществления прав и свобод по формированию органов государственной власти и избранию их должностных лиц, участию в референдумах и формах прямого самоуправления;
* навыками трудоустройства и оформления документов, необходимых для его осуществления;
* навыками обращения за юридической помощью и представительства интересов в суде и при взаимодействии с правоохранительными органами.
 |
| Владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | ПК-2 | *Знать* * теоретические основы организации и планирования своей деятельности и деятельности фирмы;
* принципы организации и методы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы

*Уметь** применять теоретические знания в организации и планировании своей деятельности и деятельности фирмы;
* применять принципы организации и методы оперативного планирования в своей деятельности и деятельности фирмы

*Владеть* * способностью к организации своей деятельности и деятельности фирмы;
* навыками применения принципов организации и методов оперативного планирования в своей деятельности и деятельности фирмы
 |
| Способностью проводить маркетинговые исследования | ПК-9 | *Знать** приемы и средства коммуникативного воздействия;
* типологию маркетинговых исследований

*Уметь** проводить маркетинговые исследования
* использовать средства коммуникативного воздействия;

*Владеть** методами маркетингового исследования
* навыками проведения маркетинговых исследований
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.01 «**Правовое регулирование рекламной деятельности**» является дисциплиной вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.01 | Правовое регулирование рекламной деятельности | ОК-4ПК-2ПК-9 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 42 | 16 |
| *Лекций* | 14 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 75 | 119 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Правовое регулирование рекламной деятельности

Тема № 2. Источники правового регулирования рекламной деятельности

Тема № 3. Права и обязанности участников рекламной деятельности

Тема № 4. Основная классификация рекламы

Тема № 5. Ненадлежащая реклама

Тема № 6. Государственный контроль и саморегулирование в области рекламы

Тема № 7. Юридическая ответственность за нарушение законодательства о рекламе

**ОСНОВЫ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ И СЕГМЕНТАЦИИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.02 «Основы позиционирования и сегментации»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Основы позиционирования и сегментации**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | ПК-2 | *Знать** теоретические основы организации и планирования своей деятельности и деятельности фирмы
* принципы организации и методы оперативного планирования своей деятельности и деятельности фирмы

*Уметь** организовать оперативное планирование своей деятельности
* контролировать исполнение и корректировать планы своей деятельности

*Владеть** навыками оперативного планирования своей деятельности
* механизмом корректировки своей деятельности
 |
| Способностью организовывать и проводить социологические исследования | ПК-10 | *Знать** основные этапы проведения социологических исследований;
* многообразие социологических методов к пониманию общества, его признаки, движущие силы и механизмы развития

*Уметь** выявлять социальные проблемы предлагать способы их решения с помощью социологического исследования;
* осуществлять сбор социологической информации при подготовке и реализации управленческих решений;

*Владеть** умением разрабатывать проектные решения в области профессиональной
* деятельности, готовить предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ;
* методикой и техникой организации и проведения социологического исследования, навыками первичной обработки и интерпретации полученных результатов
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.02 «**Основы позиционирования и сегментации**» является дисциплиной вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.02 | Основы позиционирования и сегментации | ПК-2ПК-10 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 8 зачетных единиц – 288 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 98 | 24 |
| *Лекций* | 42 | 10 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 56 | 14 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 163 | 255 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5.Содержание дисциплины**

Тема № 1. Исследование и анализ внешней среды.

Тема № 2. Изучение потребителей.

Тема № 3. Изучение конкурентов.

Тема № 4. Исследование конкурентоспособности

Тема № 5. Сегментация рынка.

Тема № 6. Методы сегментации рынка.

Тема № 7. Дифференциация и позиционирование товара.

Тема № 8. Марочная политика и позиционирование продовольственных товаров.

Тема № 9. Марочная политика. Позиционирование непродовольственных товаров.

Тема № 10. Марочная политика. Позиционирование в сфере услуг.

**ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.03 «Ценообразование в рекламной деятельности»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Ценообразование в рекламной деятельности**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы | ПК-2 | *Знать** основы оперативного планирования
* направления деятельности фирмы

*Уметь** организовать оперативное планирование
* контролировать исполнение и корректировать планы

*Владеть** навыками оперативного планирования
* механизмом корректировки деятельности фирмы
 |
| Способностью проводить маркетинговые исследования | ПК-9 | *Знать** приемы и средства коммуникативного воздействия;
* типологию маркетинговых исследований

*Уметь** проводить маркетинговые исследования
* использовать средства коммуникативного воздействия;

*Владеть** методами маркетингового исследования
* навыками проведения маркетинговых исследований
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.03«**Ценообразование в рекламной деятельности**» является дисциплиной вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.03 | Ценообразование в рекламной деятельности | ПК-2ПК-9 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 5 зачетных единиц – 180 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 70 | 18 |
| *Лекций* | 28 | 8 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 42 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 83 | 153 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Необходимость и экономическое содержание цены

Тема № 2. Организация и управление Ценообразование в рекламной деятельности в Российской Федерации

Тема № 3. Ценовая политика предприятий в условиях рыночной экономики

Тема № 4. Формирование цен на продукцию промышленности в РФ

Тема № 5. Ценообразование в рекламной деятельности в ритейле на современном этапе

Тема № 6. Ценообразование в рекламной деятельности на услуги, особенности их формирования

**РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В БИЗНЕСЕ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.04 «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Реклама и связи с общественностью в бизнесе**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг не рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью  | ПК-1 | *Знать** методы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
* методы оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,
* принципы управления имиджем фирмы, продвижения товаров и услуг не рынок
* способы оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью

*Уметь** применить методы управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
* методы оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,
* составить план по управлению имиджем фирмы, продвижению товаров и услуг не рынок
* оценить эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью

*Владеть** методами управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью
* методами оперативного планирования и контроля рекламной работы, деятельности по связям с общественностью
* принципами управления имиджем фирмы, продвижения товаров и услуг не рынок,
* способами оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11 | *Знать** основные события, и процессы, сформировавшие российскую культуру для аналитических справок, обзоров и прогнозов;
* основные социологические методы и категории, развития природы для аналитических справок, обзоров и прогнозов;

*Уметь** применять социологические методы и средства для аналитических справок, обзоров, разделов и прогнозов;
* анализировать и оценивать информацию и факторы социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, разделов и прогнозов

*Владеть** способностью брать на себя ответственность за разработку аналитических обзоров, разделов и прогнозов;
* навыками социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, обзоров, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.04 «**Реклама и связи с общественностью в бизнесе**» является дисциплиной вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.04 | Реклама и связи с общественностью в бизнесе | ПК-1ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 48 | 18 |
| *Лекций* | 16 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 32 | 12 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 60 | 86 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. PR в бизнесе

Тема № 2. Социально-психологические аспекты связей с общественностью и рекламы в бизнесе и коммерции

Тема № 3. Место и роль рекламы в бизнесе

Тема № 4. Реклама и связи с общественностью для разных сфер бизнеса

Тема № 5. Организация рекламы и связей с общественностью в малой и средней фирме

Тема № 6. Служба управления общественными отношениями в коммерции, промышленности и финансах

Тема № 7. Формирование и продвижение корпоративного имиджа.

Тема № 8. Глобализация и международный PR.

**КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.05 «Коммерческая деятельность»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Коммерческая деятельность»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| 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 не рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью | ПК-1 | *Знать** основы функционирования рекламной службы
* основы оперативного планирования

*Уметь** организовать продвижение товара на рынок
* оценивать эффективность рекламной деятельности

*Владеть** навыками организации рекламной деятельности
* механизмом осуществления оперативного планирования
 |
| Владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами | ПК-3 | *Знать* * процессы групповой динамики;
* принципы организационно-правленческой работы с малыми коллективами

*Уметь* * применять знания процессов групповой динамики и принципов формирования команды для организации деятельности малого коллектива
* осуществлять управление малым коллективом, созданным для реализации конкретного экономического проекта

*Владеть* * навыками организации групповой работы на основе знаний процессов групповой динамики и принципов формирования команды
* навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина **Б1.В.05 «Коммерческая деятельность»** является дисциплиной вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.05 | Коммерческая деятельность | ПК-1ПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 5 зачетных единиц – 180 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 70 | 18 |
| *Лекций* | 28 | 8 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 42 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 83 | 153 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Основные понятия и сферы применения коммерческой деятельности

Тема № 2. Объекты коммерческой деятельности

Тема № 3. Субъекты коммерческой деятельности

Тема № 4. Управление коммерческой деятельностью организации

Тема № 5. Информационное обеспечение коммерческой деятельности организации

Тема № 6. Управление коммерческой деятельностью торговой организации

**РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.06 «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997(зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-5 | *Знать** принципы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках;
* основы межличностного и межкультурного взаимодействия.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми жанрами устной и письменной речи;
* решать задачи межличностного взаимодействия.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью;
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью.
 |
| Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы;
* основы связей с общественностью.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования;
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11 | *Знать* * основные события, и процессы, сформировавшие российскую культуру для аналитических справок, обзоров и прогнозов;
* основные социологические методы и категории, развития природы для аналитических справок, обзоров и прогнозов;

*Уметь** применять социологические методы и средства для аналитических справок, обзоров, разделов и прогнозов;
* анализировать и оценивать информацию и факторы социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, разделов и прогнозов

*Владеть* * способностью брать на себя ответственность за разработку аналитических обзоров, разделов и прогнозов;
* навыками социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, обзоров, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.06 **«Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»** является дисциплиной вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.06 | Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью | ОК-5ОПК-3ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 2 зачетных единиц – 72 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 40 | 10 |
| *Лекций* | - | - |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 40 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 32 | 58 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Рекламное обращение: форма, содержание, структура Рекламный продукт и рекламное обращение

Тема № 2. Креатив в рекламе Базовые модели организации творческого процесса.

Тема № 3. Правила разработки и оформления рекламного текста Копирайтинг.

Тема № 4. Правила разработки изобразительной части рекламного обращения Цвет в рекламе

Тема № 5. Приемы увеличения эффективности рекламного обращения

Тема № 6. Особенности разработки рекламного продукта для основных медиаканалов и директ-мейл Телереклама

Тема № 7. PR-текст: понятие, сущностные характеристики PR

Тема № 8. Общая типология PR-текстов и PR –документов

Тема № 9. Семиотика и PR-текст Понятие семиотики.

Тема № 10. Основные этапы создания и редактирования PR-текста

Тема № 11. Психолингвистические аспекты содержания PR-текстов

**НЕМЕДИЙНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.01.01 «Немедийные коммуникации»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Немедийные коммуникации**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | ПК-6 | *Знать** принципы эффективной внутренней коммуникации;
* принципы эффективной внешней коммуникации.

*Уметь** пользоваться современными средствами коммуникации;
* оценивать эффективность коммуникационного процесса.

*Владеть** современными приемами организации эффективной коммуникации;
* методами создания текстов разной функциональной направленности.
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина **Б1.В.ДВ.01.01** «**Немедийные коммуникации**» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.01.01 | Немедийные коммуникации | ПК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 2 зачетных единицы – 72 академических часа

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 42 | 8 |
| *Лекций* | 14 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 30 | 60 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Понятие «немедийные коммуникации».

Тема № 2. Trade promotion - стимулирование сбыта среди торговых посредников

Тема № 3. Consumer promotion - стимулирование сбыта среди потребителей

Тема № 4. Прямой маркетинг в немедийных коммуникациях

Тема № 5. Special events - специальные мероприятия

Тема № 6. Trade events - мероприятия для партнеров, клиентов, дилеров и дистрибьюторов Тема № 7. Corporate events - мероприятия для сотрудников компании.

Тема № 8. Партизанский маркетинг: Значение партизанского маркетинга в деятельности организации.

Тема № 9. POS материалы. Возможности немедийной рекламы на местах продаж.

Тема № 10. Мобильный маркетинг в немедийных коммуникациях.

Тема № 11. Значение телемаркетинга в деятельности организации.

**СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КРИЗИСНЫХ СИТУАЦИЯХ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.01.02 «Связи с общественностью в кризисных ситуациях»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Связи с общественностью в кризисных ситуациях**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | ПК-6 | *Знать** принципы эффективной внутренней коммуникации
* принципы эффективной внешней коммуникации

*Уметь** пользоваться современными средствами коммуникации
* оценивать эффективность коммуникационного процесса

*Владеть* * современными приемами организации эффективной коммуникации
* методами создания текстов разной функциональной направленности
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «**Связи с общественностью в кризисных ситуациях**» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.01.02 | Связи с общественностью в кризисных ситуациях | ПК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 2 зачетных единиц – 72 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 42 | 8 |
| *Лекций* | 14 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 28 | 4 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 30 | 60 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема №1. Кризис репутации и кризис доверия: определения, причины, последствия.

Тема № 2. Анализ кризисной ситуации: внешние и внутренние признаки.

Тема № 3. Кризисный PR: понятия, содержание, принципы антикризисного реагирования. Тема № 4. «Черный» PR: основные формы, методы и инструменты.

Тема № 5. Технологии и инструменты кризисного PR: зарубежная и российская практика. Тема № 6. Практика кризисного PR: планирование, реализация, оценка.

Тема № 7. Media Relations в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации. Контроль каналов коммуникации. Принципы оперативности и открытости при реагировании.

Тема № 8. Работа с New Media и Social Media в кризисе: сущность, принципы, практические рекомендации.

Тема №9. Кризисный PR в управлении репутацией компании / организации.

Тема № 10. Технологии кризисного менеджемента в брендинге: зарубежная и российская практика.

Тема № 11. Государственный (страновой) PR и кризисы: практические кейсы

Тема № 12. Персональный имидж и PR-работа в кризисных ситуациях

**КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И PR**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.02.01 «Компьютерные технологии в рекламе и PR»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Компьютерные технологии в рекламе и PR**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы;
* основы связей с общественностью.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования;
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга.

*Владеть** грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий | ПК-7 | *Знать* * принципы построения составных сетей, технологии передачи данных в локальных и глобальных сетях;
* принципы создания Web-ресурсов, языки разметки гипертекста, технологии создания Web-ресурсов, программирование на языках, технологии программирования

*Уметь** осуществление информационного поиска в сети Интернет;
* создание Web-ресурсов с использованием языков разметки

*Владеть* * организация взаимодействия клиентского и серверного программного обеспечения
* осуществление удаленного доступа по Telnet протоколу.
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 **«Компьютерные технологии в рекламе и PR**» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.02.01 | Компьютерные технологии в рекламе и PR | ОПК-3ПК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 56 | 6 |
| *Лекций* | 14 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 42 | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 61 | 129 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Введение. Предмет и задачи курса.

Тема № 2. Компьютерная графика в рекламе.

Тема № 3. Электронная презентация как вид рекламной продукции.

Тема № 4. Компьютерная вёрстка

Тема № 5. Рекламные исследования

**ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.02.02 «Интернет-технологии»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль) **«Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»** утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

Процесс изучения дисциплины **«Интернет-технологии**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы;
* основы связей с общественностью.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования;
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга.

*Владеть** грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий | ПК-7 | *Знать* * принципы построения составных сетей, технологии передачи данных в локальных и глобальных сетях;
* принципы создания Web-ресурсов, языки разметки гипертекста, технологии создания Web-ресурсов, программирование на языках, технологии программирования

*Уметь** осуществление информационного поиска в сети Интернет;
* создание Web-ресурсов с использованием языков разметки

*Владеть* * организация взаимодействия клиентского и серверного программного обеспечения
* осуществление удаленного доступа по Telnet протоколу.
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 **«Интернет-технологии** » является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.02.02 | Интернет-технологии  | ОПК-3ПК-7 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 4 зачетных единиц – 144 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 56 | 6 |
| *Лекций* | 14 | 4 |
| *Лабораторных работ* |  |  |
| *Практических занятий* | 42 | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 61 | 129 |
| Контроль | 27 | 9 |
| Формы промежуточной аттестации | экзамен  | экзамен  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Принципы организации сети Интернет

Тема № 2. Сервисы Интернет

Тема № 3. Основы работы в сети Интернет

Тема № 4. Организация Web-ресурсов

Тема № 5. Безопасность в сети Интернет

**ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В. ДВ.03.01 «Технология создания рекламных текстов»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Технология создания рекламных текстов**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-5 | *Знать** принципы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках;
* основы межличностного и межкультурного взаимодействия.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми жанрами устной и письменной речи;
* решать задачи межличностного взаимодействия.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью;
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью.
 |
| Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы;
* основы связей с общественностью.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования;
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11 | *Знать* * основные события, и процессы, сформировавшие российскую культуру для аналитических справок, обзоров и прогнозов;
* основные социологические методы и категории, развития природы для аналитических справок, обзоров и прогнозов;

*Уметь** применять социологические методы и средства для аналитических справок, обзоров, разделов и прогнозов;
* анализировать и оценивать информацию и факторы социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, разделов и прогнозов

*Владеть* * способностью брать на себя ответственность за разработку аналитических обзоров, разделов и прогнозов;
* навыками социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, обзоров, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 **«Технология создания рекламных текстов»** является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В. ДВ.03.01 | Технология создания рекламных текстов | ОК-5ОПК-3ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 48 | 6 |
| *Лекций* | 16 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 32 | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 60 | 98 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Этапы создания рекламного текста.

Тема № 2. Виды и формы текстовой рекламы.

Тема № 3. Принципы и процесс создания рекламного текста.

Тема № 4. Принципы создания рекламных слогонов.

Тема № 5. Факторы успешной (эффективной) рекламы. Виды тестирования текстовой рекламы

Тема № 6. Реклама и культура в 20 веке

Тема №7. Стили и жанры текстовой рекламы

Тема № 8. Приемы языковых манипуляций в рекламных текстах.

Тема № 9. Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов

Тема № 10 Дизайн в рекламе

Тема № 11. Концепция создания рекламно-информационного издания.

**ЯЗЫК РЕКЛАМЫ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В. ДВ.03.02 «Язык рекламы»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины «**Язык рекламы**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-5 | *Знать** принципы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках;
* основы межличностного и межкультурного взаимодействия.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми жанрами устной и письменной речи;
* решать задачи межличностного взаимодействия.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью;
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью.
 |
| Обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга | ОПК-3 | *Знать** принципы создания текстов рекламы;
* основы связей с общественностью.

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми навыками литературного редактирования;
* пользоваться профессионально значимыми навыками копирайтинга.

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11 | *Знать* * основные события, и процессы, сформировавшие российскую культуру для аналитических справок, обзоров и прогнозов;
* основные социологические методы и категории, развития природы для аналитических справок, обзоров и прогнозов;

*Уметь** применять социологические методы и средства для аналитических справок, обзоров, разделов и прогнозов;
* анализировать и оценивать информацию и факторы социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, разделов и прогнозов

*Владеть* * способностью брать на себя ответственность за разработку аналитических обзоров, разделов и прогнозов;
* навыками социологического анализа, подготовки справочного материала для аналитических разработок, обзоров, разделов научно-аналитических отчетов по результатам научно-теоретической и эмпирической исследовательской работы
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В. ДВ.03.02 **«Язык рекламы»** является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В. ДВ.03.02 | Язык рекламы | ОК-5ОПК-3ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 48 | 6 |
| Лекций | 16 | 4 |
| Лабораторных работ | - | - |
| Практических занятий | 32 | 2 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 60 | 98 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Рекламный текст как коммуникативная единица.

Тема № 2. Рекламный текст как разновидность современного мифа

Тема № 3. Специфика языка аудиальной, визуальной и печатной рекламы

Тема № 4. Художественные особенности языка рекламы.

Тема № 5. Факторы успешной (эффективной) рекламы. Виды тестирования текстовой рекламы

Тема № 6. Реклама и культура в 20 веке

Тема №7. Стили и жанры текстовой рекламы

Тема № 8. Приемы языковых манипуляций в рекламных текстах.

Тема № 9. Психология рекламы. Мифологические приемы создания рекламных текстов

Тема № 10 Дизайн в рекламе

Тема № 11. Концепция создания рекламно-информационного издания.

**МАРКЕТИНГ ТОВАРОВ И УСЛУГ**

**1.** **Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.04.01 «Маркетинг товаров и услуг»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Маркетинг товаров и услуг**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-5 | *Знать** сущность, цели, принципы, функции маркетинга, его роль в управлении организацией;
* способы продвижения продукции; формы маркетинговых коммуникаций;

*Уметь** анализировать рыночную среду; выявлять рыночные возможности и угрозы, а также сильные и слабые стороны управления маркетингом организации;
* проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

*Владеть** навыками маркетинговых коммуникаций;
* навыками маркетингового контроля
 |
| Способностью проводить маркетинговые исследования | ПК-9 | *Знать** приемы и средства коммуникативного воздействия;
* типологию маркетинговых исследований

*Уметь** проводить маркетинговые исследования
* использовать средства коммуникативного воздействия;

*Владеть** методами маркетингового исследования
* навыками проведения маркетинговых исследований
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11  | *Знать** методологию маркетинговых исследований
* структуру аналитических отчетов

*Уметь** выявлять и удовлетворять потребности покупателей
* составить отчет по результатам проведенного маркетингового исследования

*Владеть** навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
* навыками анализа рыночной конъюнктуры
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.01 «**Маркетинг товаров и услуг**» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.04.01 | Маркетинг товаров и услуг | ОПК-5ПК-9ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 48 | 16 |
| *Лекций* | 16 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 32 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 60 | 88 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Основные понятия маркетинга.

Тема № 2. Маркетинговая среда организации.

Тема № 3 . Процесс управления маркетингом.

Тема № 4. Система маркетинговой информации и методы ее сбора.

Тема № 5. Критерии и методы сегментирования рынка.

Тема № 6. Товар и его коммерческие характеристики.

Тема № 7 Марка и марочная политика.

Тема № 8. Жизненный цикл товара и характеристика его стадий. Позиционирование

Тема № 9. Управление ассортиментом.

Тема № 10. Виды цен и особенности их применения.

Тема № 11. Классификация методов и средств стимулирования реализации продукции.

Тема № 12. Виды и средства рекламы

Тема № 13. Методы персональных продаж.

Тема № 14. Торговые посредники и их классификация, каналы распределения: уровни и типы организации. Организация оптовой и розничной торговли.

Тема № 15. Подходы к организационному построению службы маркетинга.

Тема № 16. Бюджет маркетинга.

 Тема № 17. Особенности международного маркетинга.

**АНАЛИЗ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.04.02 «Анализ поведения потребителей»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Анализ поведения потребителей**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия | ОПК-5 | *Знать** сущность, цели, принципы, функции маркетинга, его роль в управлении организацией;
* способы продвижения продукции; формы маркетинговых коммуникаций;

*Уметь** анализировать рыночную среду; выявлять рыночные возможности и угрозы, а также сильные и слабые стороны управления маркетингом организации;
* проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

*Владеть** навыками маркетинговых коммуникаций;
* навыками маркетингового контроля
 |
| Способностью проводить маркетинговые исследования | ПК-9 | *Знать** приемы и средства коммуникативного воздействия;
* типологию маркетинговых исследований

*Уметь** проводить маркетинговые исследования
* использовать средства коммуникативного воздействия;

*Владеть** методами маркетингового исследования
* навыками проведения маркетинговых исследований
 |
| Способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов | ПК-11  | *Знать** методологию маркетинговых исследований
* структуру аналитических отчетов

*Уметь** выявлять и удовлетворять потребности покупателей
* составить отчет по результатам проведенного маркетингового исследования

*Владеть** навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов
* навыками анализа рыночной конъюнктуры
 |

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «**Анализ поведения потребителей**» является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.04.02 | Анализ поведения потребителей | ОПК-5ПК-9ПК-11 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 3 зачетных единиц – 108 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 48 | 16 |
| *Лекций* | 16 | 6 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 32 | 10 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 60 | 88 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Маркетинговая ориентация организации на потребителя

Тема №2. Факторы внешнего влияния на поведение потребителей

Тема № 3. Внутренние факторы поведения потребителей

Тема № 4. Управление поведением потребителей

Тема № 5. Процесс принятия потребителями решения о покупке

Тема № 6 Покупка и послепродажное поведение потребителей

Тема № 7. Особенности поведения потребителей – организаций и индивидуальных потребностей

Тема № 8. Права потребителей и их защита

**ИГРОВЫЕ ВИДЫ СПОРТА: «ВОЛЕЙБОЛ»**

**1. Наименование дисциплины: Б1.В.ДВ.05.01 Игровые виды спорта: «Волейбол»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08. 2016 г. N 997 (Зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины: **Игровые виды спорта: «Волейбол»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельностиВладением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами | ОК-8ПК-3 | *Знать* * научно-практические основы адаптивной физической культуры и здорового образа жизни;
* основы физической подготовки, обеспечивающей полноценную деятельность.

*Уметь** использовать творчески средства и методы адаптивной физического культуры для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, фор-мирования здорового образа и стиля жизни;
* уметь применять основы физической подготовки, обеспечивающей полноценную деятельность для укрепления здоровья людей с ограниченными возможностями и инвали-дов.

*Владеть** средствами и методами адаптивной физической культуры, для укрепления здоровья людей с ограниченными возможностями и инвалидов в успешной социально-культурной и профессиональной деятельности;
* навыками повышения функциональных и двигательных возможностей для полноценной деятельности инвалидов и людей с ограниченными возможностями в любых жизненных ситуациях;

*Знать* * процессы организации спортивной группы инвалидов и людей с ограниченными возможностями;
* принципы управления работы со спортивной группой инвалидов и людей с ограниченными возможностями;

*Уметь* * применять знания процессов формирования спортивной команды инвалидов и людей с ограниченными возможностями ;
* осуществлять управление спортивной командой инвалидов и людей с ограниченными возможностями в игровых видах спорта;

*Владеть* * навыками организации спортивной команды инвалидов и людей с ограниченными возможностями;
* навыками организационно-управленческой работы с инвалидов и людей с ограниченными возможностями в спортивной группе;
 |

Результаты освоения дисциплины зависят от групп, образованных на основании медицинского заключения:

– основная группа. К основной группе относятся обучающиеся без отклонений в состоянии здоровья (или с незначительными отклонениями), имеющие достаточную физическую подготовленность. В данной группе следует использовать обязательные виды занятий согласно учебной программе в полном объеме, а также сдачу контрольных нормативов, то есть для группы предписаны занятия физической культурой, в том числе и по игровым видам спорта, без ограничений и участие в соревнованиях;

– подготовительная группа. К подготовительной группе относятся обучающиеся, имеющие незначительные отклонения в состоянии здоровья, недостаточные физическое развитие и физическую подготовленность. Обучающиеся, отнесенные к этой группе, занимаются по учебным программам при условии более постепенного освоения комплекса двигательных навыков и умений, особенно связанных с предъявлением организму повышенных требований. То есть, занятия проводятся с незначительными ограничениями физических нагрузок, обучающие не выставляются на соревнования, но способны в рамках соревнований вести протоколы и судить игровые виды спорта;

– специальная медицинская группа. К специальной медицинской группе относят обучающихся, имеющих отклонения в состоянии здоровья, либо проходящих реабилитацию после перенесенных заболеваний, а также обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. Комплектование специальных медицинских учебных групп осуществляется с учетом пола, характера заболеваний обучающихся, уровня их физического и функционального состояния (на основании заключения (справки) врачебной комиссии). Таким образом, обучающимся данной группы показаны систематические занятия физическими упражнениями, в том числе игровыми видами спорта, со значительными ограничениями физических нагрузок в зависимости от видов заболеваний. Учебный процесс в специальной учебной группе направлен на:

- избирательность средств (подбор упражнений и дозирование нагрузки) с учетом имеющихся показаний и противопоказаний;

- формирование у обучающихся волевых компонентов, интереса, активности и объективной потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;

- освоение обучающимися знаний по методике использования средств физической культуры, в том числе игровых видов спорта, при заболевании, по контролю физического и функционального состояния организма;

- укрепление здоровья, коррекцию телосложения и осанки, расширение функциональных

возможностей, повышение устойчивости организма к неблагоприятным воздействиям окружающей среды.

На основании диагноза заболеваний и функциональных возможностей организма обучающиеся распределяются по подгруппам: «А», «Б» и «В».

Подгруппа «A» формируется из студентов с заболеваниями сердечно-сосудистой, дыхательной и центральной нервной системы. Основным содержанием занятий в этой группе являются дыхательные упражнения и упражнения циклического характера (ходьба, бег, плавание), позволяющие совершенствовать аэробные возможности занимающихся. Использование физической нагрузки в данной подгруппе должно подвергаться строгому индивидуальному дозированию.

Подгруппа «Б» состоит из студентов с заболеваниями органов пищеварения (язвенной болезнью, хроническим гастритом, колитом, холециститом), печени, эндокринной и мочеполовой системы. В эту же подгруппу включаются лица со средней и высокой степенью миопии. В данной подгруппе преимущественно используются упражнения основной гимнастики, облегченный вариант игровых упражнений, включенные в программы лечения конкретных заболеваний.

Подгруппа «В» комплектуется из студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: остаточными явлениями паралича, парезов, после перенесения травм верхних и нижних конечностей, с остаточными явлениями костного туберкулеза, деформацией грудной клетки, сколиозами. В этой группе используются упражнения, способствующие совершенствованию осанки, опорно-двигательного аппарата, общеразвивающие и корригирующие физические упражнения.

Используется группировка упражнений по их конкретному назначению в процессе выполнения двигательных действий. Для лиц, имеющих отклонения в состоянии здоровья, они подразделяются на общеразвивающие (общеукрепляющие) и специальные. Общеукрепляющие упражнения направлены на оздоровление и укрепление всего организма. Специальные упражнения оказывают избирательное воздействие на ту или иную часть опорно-двигательного аппарата. Одни и те же упражнения, в зависимости от физического состояния, диагноза заболевания и методики их применения, могут способствовать решению разных задач.

Занятие в специальной медицинской группе строится по стандартной схеме (подготовительная, основная и заключительная части), однако, в отличие от обычных, имеет свои принципиальные особенности.

В подготовительной части занятия выполняются общеразвивающие упражнения (в медленном и среднем темпе), чередуясь с дыхательными. Нагрузка повышается постепенно; применяются такие упражнения, которые обеспечивают подготовку всех органов и систем к выполнению основной части урока. В этой части урока не следует использовать много новых упражнений, а также интенсивные нагрузки.

В основной части занятия занимающиеся овладевают основными двигательными навыками, получают определенную для них максимальную физическую нагрузку, испытывают эмоциональное напряжение. Подбор упражнений в этой части занятия предусматривает решение ряда задач: овладение простейшими двигательными навыками, разностороннее развитие (в пределах возможностей занимающихся) основных физических качеств: быстроты, силы, выносливости, ловкости. Большое внимание уделяется развитию гибкости и улучшению координации движений. С этой целью применяются бег (отрезки по 20-30 м), чередующийся с ускоренной ходьбой, метания, подвижные игры, эстафеты, упражнения на равновесие.

В заключительной части занятия используются упражнения, восстанавливающие организм после физической нагрузки (ходьба, дыхательные упражнения, упражнения на расслабление и др.).

Особое значение при работе с группой приобретает принцип постепенного наращивания развивающе-тренирующих воздействий, предусматривающий увеличение объема и интенсивности нагрузок по мере роста функциональных возможностей организма. На начальном этапе учебно-тренировочного процесса студентов специальных медицинских групп используются нагрузки малой интенсивности. Частота сердечных сокращений (ЧСС) составляет 90-100 уд./мин., что на 25–30 % выше исходного уровня (70–77 уд./мин.). Дозировано включается физическая нагрузка средней интенсивности, повышающая частоту пульса до 40–50 % от исходной величины (до 100–115 уд./мин.). По мере роста функциональных возможностей организма используется нагрузка средней интенсивности и дозировано выше средней. ЧСС составляет 130–140 уд./мин., что на 70–80 % выше исходного уровня.

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.**01 Игровые виды спорта: «Волейбол»** является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.05.01 | Игровые виды спорта: «Волейбол» | ОК-8ПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 328 академических часов (9 зачетных единиц)

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 328 | 32 |
| *Лекций* |  |  |
| *Лабораторных работ* |  |  |
| *Практических занятий* | 328 | 32 |
| Самостоятельная работа обучающихся |  | 280 |
| Контроль |  | 16 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1. Виды волейбола. Классический, пляжный волейбол.

Тема № 2. Стойки и перемещения, их сочетания (бег, скачок, остановки).

Тема № 3. Нижняя прямая подача.

Тема № 4. Нижняя боковая подача. Техника. Передача мяча сверху и снизу в опорном положении.

Тема № 5. Нижняя боковая подача. Верхняя прямая подача.

Тема № 6. Прием снизу двумя руками в опорном положении. Техника.

Тема № 7 . Стойки и перемещения и их сочетания.

Тема № 8 . Нижняя прямая подача. Техника. Передача мяча снизу на месте.

Тема № 9. Дальнейшее совершенствование техники подачи: Нижняя прямая подача. Нижняя боковая подача. Верхняя прямая подача.

Тема № 10. Передача мяча сверху и снизу в опорном положении.

Тема № 11. Нижняя боковая подача. Верхняя прямая подача. Техника. Прием – передача – атакующий удар – Блок. Учебная игра – в защите. Комплекс упражнений на развитие силовых качеств пояса нижних конечностей.

Тема № 12. Прием сверху в опорном положении.Техника. Совершенствование техники подач – приема – передач. В парах, тройках. Комплекс упражнений на развитие силовых брюшного пресса в различных исходных положениях с отягощением. Учебная игра с заданием по технике - защиты.

Тема № 13. Дальнейшее совершенствование техники приема сверху и снизу в опорном положении.

Тема № 14. Подача на точность: Нижняя прямая подача. Нижняя боковая подача. Верхняя прямая подача.

Тема № 15. Дальнейшее совершенствование техники подач – приема – передачи – атакующий удар – блок.

Темам № 16. Дальнейшее совершенствование индивидуальных волейбольных стоек (высокая, средняя, низкая).

Тема № 17. Совершенствование техники передачи сверху двумя руками в прыжке.

Тема № 18. Дальнейшее совершенствование индивидуальной техники прямого нападающего удара.

Тема № 19. Дальнейшее совершенствование индивидуальной техники атакующего удара с переводом.

Тема № 20. Индивидуальное блокирование. Техника. Совершенствование техники блока в паре (со сменой пареров).

Тема № 21. Игра в команде: передачи.

Тема № 22. Дальнейшее совершенствование индивидуальных тактических действий в защите и нападении.

 Тема № 23. Дальнейшее совершенствование индивидуальной техники и тактики в нападении, защите (в группе, парах, тройке). Игра с соблюдением всех правил.

**АДАПТАЦИОННЫЙ МОДУЛЬ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ**

**1. Наименование дисциплины:** **Б1.В.ДВ.05.02 «Адаптационный модуль по физической культуре и спорту для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью** (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016. N 997 (Зарегистрировано в Минюсте России 25.08. 2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

 Процесс изучения дисциплины **«Адаптационный модуль по физической культуре и спорту для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности Владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами | ОК-8ПК-3 | *Знать* * научно-практические основы адаптивной физической культуры и здорового образа жизни;
* основы физической подготовки, обеспечивающей полноценную деятельность.

*Уметь** использовать творчески средства и методы адаптивной физического культуры для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, фор-мирования здорового образа и стиля жизни;
* уметь применять основы физической подготовки, обеспечивающей полноценную деятельность для укрепления здоровья людей с ограниченными возможностями и инвали-дов.

*Владеть** средствами и методами адаптивной физической культуры, для укрепления здоровья людей с ограниченными возможностями и инвалидов в успешной социально-культурной и профессиональной деятельности;
* навыками повышения функциональных и двигательных возможностей для полноценной деятельности инвалидов и людей с ограниченными возможностями в любых жизненных ситуациях;

*Знать* * процессы организации спортивной группы инвалидов и людей с ограниченными возможностями;
* принципы управления работы со спортивной группой инвалидов и людей с ограниченными возможностями;

*Уметь* * применять знания процессов формирования спортивной команды инвалидов и людей с ограниченными возможностями ;
* осуществлять управление спортивной командой инвалидов и людей с ограниченными возможностями в игровых видах спорта;

*Владеть* * навыками организации спортивной команды инвалидов и людей с ограниченными возможностями;
* навыками организационно-управленческой работы с инвалидов и людей с ограниченными возможностями в спортивной группе;
 |

Результаты освоения дисциплины зависят от групп, образованных на основании медицинского заключения:

– основная группа. К основной группе относятся обучающиеся без отклонений в состоянии здоровья (или с незначительными отклонениями), имеющие достаточную физическую подготовленность. В данной группе следует использовать обязательные виды занятий согласно учебной программе в полном объеме, а также сдачу контрольных нормативов, то есть для группы предписаны занятия физической культурой, в том числе и по игровым видам спорта, без ограничений и участие в соревнованиях;

– подготовительная группа. К подготовительной группе относятся обучающиеся, имеющие незначительные отклонения в состоянии здоровья, недостаточные физическое развитие и физическую подготовленность. Обучающиеся, отнесенные к этой группе, занимаются по учебным программам при условии более постепенного освоения комплекса двигательных навыков и умений, особенно связанных с предъявлением организму повышенных требований. То есть, занятия проводятся с незначительными ограничениями физических нагрузок, обучающие не выставляются на соревнования, но способны в рамках соревнований вести протоколы и судить игровые виды спорта;

– специальная медицинская группа. К специальной медицинской группе относят обучающихся, имеющих отклонения в состоянии здоровья, либо проходящих реабилитацию после перенесенных заболеваний, а также обучающихся с ограниченными возможностями здоровья. Комплектование специальных медицинских учебных групп осуществляется с учетом пола, характера заболеваний обучающихся, уровня их физического и функционального состояния (на основании заключения (справки) врачебной комиссии). Таким образом, обучающимся данной группы показаны систематические занятия физическими упражнениями, в том числе игровыми видами спорта, со значительными ограничениями физических нагрузок в зависимости от видов заболеваний. Учебный процесс в специальной учебной группе направлен на:

- избирательность средств (подбор упражнений и дозирование нагрузки) с учетом имеющихся показаний и противопоказаний;

- формирование у обучающихся волевых компонентов, интереса, активности и объективной потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;

- освоение обучающимися знаний по методике использования средств физической культуры, в том числе игровых видов спорта, при заболевании, по контролю физического и функционального состояния организма;

- укрепление здоровья, коррекцию телосложения и осанки, расширение функциональных

возможностей, повышение устойчивости организма к неблагоприятным воздействиям окружающей среды.

На основании диагноза заболеваний и функциональных возможностей организма обучающиеся распределяются по подгруппам: «А», «Б» и «В».

Подгруппа «A» формируется из студентов с заболеваниями сердечно-сосудистой, дыхательной и центральной нервной системы. Основным содержанием занятий в этой группе являются дыхательные упражнения и упражнения циклического характера (ходьба, бег, плавание), позволяющие совершенствовать аэробные возможности занимающихся. Использование физической нагрузки в данной подгруппе должно подвергаться строгому индивидуальному дозированию.

Подгруппа «Б» состоит из студентов с заболеваниями органов пищеварения (язвенной болезнью, хроническим гастритом, колитом, холециститом), печени, эндокринной и мочеполовой системы. В эту же подгруппу включаются лица со средней и высокой степенью миопии. В данной подгруппе преимущественно используются упражнения основной гимнастики, облегченный вариант игровых упражнений, включенные в программы лечения конкретных заболеваний.

Подгруппа «В» комплектуется из студентов с нарушениями опорно-двигательного аппарата: остаточными явлениями паралича, парезов, после перенесения травм верхних и нижних конечностей, с остаточными явлениями костного туберкулеза, деформацией грудной клетки, сколиозами. В этой группе используются упражнения, способствующие совершенствованию осанки, опорно-двигательного аппарата, общеразвивающие и корригирующие физические упражнения.

Используется группировка упражнений по их конкретному назначению в процессе выполнения двигательных действий. Для лиц, имеющих отклонения в состоянии здоровья, они подразделяются на общеразвивающие (общеукрепляющие) и специальные. Общеукрепляющие упражнения направлены на оздоровление и укрепление всего организма. Специальные упражнения оказывают избирательное воздействие на ту или иную часть опорно-двигательного аппарата. Одни и те же упражнения, в зависимости от физического состояния, диагноза заболевания и методики их применения, могут способствовать решению разных задач.

Занятие в специальной медицинской группе строится по стандартной схеме (подготовительная, основная и заключительная части), однако, в отличие от обычных, имеет свои принципиальные особенности.

В подготовительной части занятия выполняются общеразвивающие упражнения (в медленном и среднем темпе), чередуясь с дыхательными. Нагрузка повышается постепенно; применяются такие упражнения, которые обеспечивают подготовку всех органов и систем к выполнению основной части урока. В этой части урока не следует использовать много новых упражнений, а также интенсивные нагрузки.

В основной части занятия занимающиеся овладевают основными двигательными навыками, получают определенную для них максимальную физическую нагрузку, испытывают эмоциональное напряжение. Подбор упражнений в этой части занятия предусматривает решение ряда задач: овладение простейшими двигательными навыками, разностороннее развитие (в пределах возможностей занимающихся) основных физических качеств: быстроты, силы, выносливости, ловкости. Большое внимание уделяется развитию гибкости и улучшению координации движений. С этой целью применяются бег (отрезки по 20-30 м), чередующийся с ускоренной ходьбой, метания, подвижные игры, эстафеты, упражнения на равновесие.

В заключительной части занятия используются упражнения, восстанавливающие организм после физической нагрузки (ходьба, дыхательные упражнения, упражнения на расслабление и др.).

Особое значение при работе с группой приобретает принцип постепенного наращивания развивающе-тренирующих воздействий, предусматривающий увеличение объема и интенсивности нагрузок по мере роста функциональных возможностей организма. На начальном этапе учебно-тренировочного процесса студентов специальных медицинских групп используются нагрузки малой интенсивности. Частота сердечных сокращений (ЧСС) составляет 90-100 уд./мин., что на 25–30 % выше исходного уровня (70–77 уд./мин.). Дозировано включается физическая нагрузка средней интенсивности, повышающая частоту пульса до 40–50 % от исходной величины (до 100–115 уд./мин.). По мере роста функциональных возможностей организма используется нагрузка средней интенсивности и дозировано выше средней. ЧСС составляет 130–140 уд./мин., что на 70–80 % выше исходного уровня.

**3. Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 **«Адаптационный модуль по физической культуре и спорту для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья»** является дисциплиной по выбору вариативной части блока Б1.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисциплины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| Б1.В.ДВ.05.02 | Адаптационный модуль по физической культуре и спорту для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья | ОК- 8ПК-3 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 328 академических часов (9зачетных единиц)

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 328 | 32 |
| *Лекций* |  |  |
| *Лабораторных работ* |  |  |
| *Практических занятий* | 328 | 32 |
| Самостоятельная работа обучающихся |  | 280 |
| Контроль |  | 16 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины**

Тема № 1 Предмет, цели, приоритетные задачи адаптивной физической культуры, ее роль и место в реабилитации и социальной интеграции людей с отклонениями в состоянии здоровья.

Тема № 2. Основные компоненты (виды) адаптивной физической культуры.

Тема № 3. Принципы:( Социализации; Приоритетной роли микросоциума)

Тема № 4. Средства и методы адаптивной физической культуры, физической культуры и спорта в практике работы с инвалидами и другими маломобильными группами.

Тема № 5. Содержание и организация адаптивного физического воспитания людей с нарушениями слуха и зрения.

Тема № 6. Содержание и организация адаптивного физического воспитания людей с нарушениями психического и интеллектуального развития.

Тема № 7. Содержание и организация адаптивного физического воспитания людей с поражением опорно-двигательного аппарата.

Тема №8. Содержание и организация инклюзивного образования людей с нарушением в развитии.

Тема № 9. Содержание и организация адаптивного физического воспитания людей с соматическими заболеваниями (СМГ).

Тема № 10. Адаптивный спорт: структура и содержание.

Тема № 11. Модели соревновательной деятельности, применяемые в адаптивном спорте (в паралимпийском, сурдлимпийском и специальном олимпийском движениях.

Тема № 12. Спортивно – медицинская классификация людей, занимающихся адаптивным спортом.

Тема № 13. Психолого – педагогические аспекты работы тренера по адаптивной физической культуре.

Тема № 14. Профилактика травматизма при занятиях адаптивным спортом и обеспечение безопасности.

Тема № 15. Допинг-контроль и комплекс мероприятий по антидопинговому обеспечению адаптивного спорта.

Тема № 16. Креативные (художественно-музыкальные) телесно-ориентированные практики как виды, способные удовлетворить потребность в физическом воспитании лиц с отклонениями в состоянии здоровья.

Тема № 17. Цели, задачи и принципы комплексной реабилитации людей с отклонениями в состоянии здоровья.

Тема № 18. Формирование доступной среды жизнедеятельности для инвалидов.

Тема № 19. Деонтология и принципы медицинской этики общения с инвалидами.

Тема № 20. Нормативно-правовые аспекты по вопросам адаптивной физической культуры и спорта и их классификация.

Тема № 21. Федеральные законы РФ. Указы Президента РФ.

Тема № 22. Методические рекомендации и системы мер по развитию адаптивной физической культуры и адаптивного спорта.

**УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА**

(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)

**Указание вида практики, способа и формы ее проведения**

Вид практики: **Учебная практика.**

Тип практики: **Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков.**

Способы проведения практики: **стационарная; выездная.**

Форма проведения практики: **дискретно.**

Учебная практика в соответствии с учебным планом проводится:

* очная форма обучения - 1 курс, 2 семестр
* заочная форма обучения - 2 курс, 4 семестр

**ПРОИЗВОДСТЕННАЯ ПРАКТИКА**

(научно-исследовательская работа)

**Указание вида практики, способа и формы ее проведения**

Вид практики:  **Производственная практика.**

Тип практики: **Научно-исследовательская работа.**

Способы проведения практики: **стационарная; выездная.**

Форма проведения практики: **дискретно:** **по периодам проведения практик.**

Производственная практика в соответствии с учебным планом проводится:

* очная форма обучения - 2 курс, 4 семестр
* заочная форма обучения - 3 курс, 5 семестр

**ПРОИЗВОДСТЕННАЯ ПРАКТИКА**

**(**практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности**)**

**Указание вида практики, способа и формы ее проведения**

Вид практики:  **Производственная практика.**

Тип практики: **Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.**

Способы проведения практики: **стационарная; выездная.**

Форма проведения практики: **дискретно: по периодам проведения практик.**

Производственная практика в соответствии с учебным планом проводится:

* очная форма обучения - 3 курс, 6 семестр
* заочная форма обучения - 4 курс, 8 семестр

**ПРОИЗВОДСТЕННАЯ ПРАКТИКА**

(преддипломная практика)

**Указание вида практики, способа и формы ее проведения**

Вид практики:  **Производственная практика.**

Тип практики: **Преддипломная практика.**

Способы проведения практики: **стационарная; выездная.**

Форма проведения практики: **дискретно:** **по периодам проведения практик.**

Производственная практика в соответствии с учебным планом проводится:

* очная форма обучения - 4 курс, 8 семестр
* заочная форма обучения - 5 курс, 9 семестр

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ**

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль) программы «Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере»** в Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входит защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Решением Ученого совета Академии (протокол №11 от 27.06.2016г.) государственный экзамен не включён в состав государственной итоговой аттестации.

Объем государственной итоговой аттестации – 6 з.е. (4 недели, 216 академических часа).

**ФАКУЛЬТАТИВЫ (ПРИЛОЖЕНИЕ №1)**

**ПРЕСС-СЛУЖБА КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

**1. Наименование дисциплины: ФТД.В.01 «Пресс-служба коммерческой организации»**

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

 В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 N 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 N 43414), при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников.

Процесс изучения дисциплины **«Пресс-служба коммерческой организации»** направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | ПК-6 | *Знать** принципы эффективной внутренней коммуникации;
* принципы эффективной внешней коммуникации.

*Уметь** пользоваться современными средствами коммуникации;
* оценивать эффективность коммуникационного процесса.

*Владеть* * современными приемами организации эффективной коммуникации;
* методами создания текстов разной функциональной направленности.
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина **ФТД.В.01 «Пресс-служба коммерческой организации»** является факультативной дисциплиной

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| **ФТД.В.01** | Пресс-служба коммерческой организации | ПК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 2 зачетных единиц – 72 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 32 | 10 |
| *Лекций* | 16 | 2 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 16 | 8 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 40 | 58 |
| Контроль | - | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет | зачет  |

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

Тема № 1. Цели, задачи пресс-службы.

Тема № 2. Функции пресс-службы.

Тема № 3. Структура пресс-службы и ее кадровое обеспечение.

Тема № 4. Формы взаимодействия пресс-службы со СМИ.

Тема № 5. Подготовка пресс-конференций, брифингов.

Тема № 6. Подготовка презентаций, пресс-туров, пресс-релизов.

**ТЕХНОЛОГИИ ВЫСТУПЛЕНИЯ ПЕРЕД АУДИТОРИЕЙ**

**1. Наименование дисциплины: ФТД. В.02 «Технологии выступления перед аудиторией»**

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

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного Приказом Минобрнауки России от 11.08.2016 № 997 (зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 № 43414) при разработке основной профессиональной образовательной программы (*далее - ОПОП*) бакалавриата определены возможности Академии в формировании компетенций выпускников

Процесс изучения факультативной дисциплины «**Технологии выступления перед аудиторией**» направлен на формирование следующих компетенций:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Результаты освоения ОПОП (содержание компетенции) | Код компетенции | Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине |
| Способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия | ОК-5 | *Знать** принципы коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках
* основы межличностного и межкультурного взаимодействия

*Уметь** пользоваться профессионально значимыми жанрами устной и письменной речи
* решать задачи межличностного взаимодействия

*Владеть* * грамотной, логически верно и аргументировано построенной устной речью
* грамотной, логически верно и аргументировано построенной письменной речью
 |
| Способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации | ПК-6 | *Знать* * способы взаимодействия для успешной коммуникации
* правила публичного выступления

*Уметь* * преодолевать речевые барьеры при общении
* эффективно взаимодействовать в процессе коммуникации

*Владеть* * навыками публичного выступления в рамках решения коммуникативных задач
* навыками логически верно выстроенной профессиональной коммуникации
 |

**3.** **Указание места дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина ФТД. В.02 **«Технологии выступления перед аудиторией»** является факультативной дисциплиной

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Коддисцип-лины | Наименованиедисциплины | Коды формируемых компетенций |
|
|
| ФТД. В.02 | Технологии выступления перед аудиторией | ОК-5ПК-6 |

**4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Объем учебной дисциплины – 2 зачетных единиц – 72 академических часов

Из них:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Очная форма обучения | Заочная форма обучения |
| Контактная работа | 24 | 12 |
| *Лекций* | 8 | 4 |
| *Лабораторных работ* | - | - |
| *Практических занятий* | 16 | 8 |
| Самостоятельная работа обучающихся | 48 | 56 |
| Контроль |  | 4 |
| Формы промежуточной аттестации | зачет  | зачет  |

**5. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

Тема № 1. Структура речевой коммуникации. Происхождение языка как средства общения

Тема № 2. Подготовка к публичному выступлению. Виды публичных выступлений по цели и по форме

Тема № 3. Понятие эффективной коммуникации. Что такое эффективность коммуникации

Тема № 4. Композиция публичного выступления. Определение темы и замысла высказывания

Тема № 5. Контакт выступающего с аудиторией. Элементы, способствующие установлению контакта со слушателями

Тема № 6. Нарушение публичного выступления: правильность, точность, логичность, уместность (выразительность)

Тема № 7. Средства выразительности речи (стилистические приемы)

Тема № 8. Техника речи и кинесика. Секреты речевой техники. Понятие техники речи

Тема № 9. Логика в публичном выступлении. Основные формально-логические законы

Тема № 10. Культура речи. Элитарная культура речи.Язык как система