

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

*Цель дисциплины «Всеобщая история»:* сформировать у студентов целостное научное представление о ходе и многомерном характере всемирно-исторического процесса, особенностях истории локальных цивилизаций и содержании общих стадий цивилизационного развития; показать необходимость комплексного анализа любых явлений общественно-политической и культурной жизни с учётом принципа историзма; способствовать развитию навыков понимания особенностей мировоззрения и культурно-поведенческих норм, характерных для людей, принадлежащих к различным культурам и цивилизациям.

*Задачи дисциплины:*

- показать масштаб проблемного поля исторической науки, включающего не только традиционную военно-политическую событийную историю, но и историю ментальностей, повседневности, религий, гендерную историю, микроисторию и т.д.;
- рассмотреть основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени;
- представить многообразие путей развития общества в истории Древнего мира, Средних веков, Нового и Новейшего времени;
- изучить мировоззренческие и ценностные представления людей в различные периоды истории;
- сформировать навыки комплексного анализа исторических явлений и процессов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные этапы истории локальных цивилизаций и содержание основных стадий всемирно-исторического развития от древности до новейшего времени, основные достижения мировой культуры, особенности подходов к исследованию истории ментальностей, повседневности, микроистории, религий и гендерной истории;

*Уметь:* сопоставлять особенности различных культур и цивилизаций, выделять общее и особенное в развитии общества на разных исторических этапах и стадиях цивилизационного развития, анализировать актуальные проблемы современной цивилизации;

*Владеть:* навыками проведения комплексного анализа исторических явлений и процессов, навыками анализа различных мнений с учётом уважения к другим культурным традициям.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Философия»: формирование способности понимать и анализировать мировоззренческие, социально и лично значимые философские проблемы.

Задачи дисциплины:

- овладение базовыми представлениями о ключевых проблемах и основных исторических типах европейской философии;
- освоение навыков самостоятельного анализа соответствующих первоисточников;
- исследование различных социальных явлений с точки зрения их философского смысла.

результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- общенаучные и специальные методы проведения современного
- научного исследования.
- содержание современных дискуссий по различным философским проблемам
- особенности восприятия социальных и культурных различий, специфику и природу толерантности

Уметь:

- анализировать классические и современные философские тексты, понимать и интерпретировать научную информацию.
- систематически излагать и отстаивать мировоззренческие, социально и лично значимые положения
- применять знания специфики межкультурного разнообразия общества в процессе профессионального и личного общения

Владеть:

- навыками применения необходимых методов научного исследования при решении профессиональных задач
- навыками аргументации собственных суждений и выводов с опорой на философский понятийный аппарат
- коммуникативными навыками в условиях межкультурного разнообразия социума.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Иностранный язык»: профессиональная подготовка студентов средствами иностранного языка, формирование у них необходимой коммуникативной языковой компетенции, а также высокого уровня социальной и профессиональной адаптации, что предполагает формирование всесторонне развитой личности, способной отвечать на вызовы современного общества и использовать знания, умения и навыки, полученные в ходе обучения. Наряду с практической целью – профессиональной подготовкой, курс иностранного языка ставит образовательные и воспитательные задачи.

Задачи дисциплины: интеллектуальное, культурное, нравственное и профессиональное развитие и самосовершенствование обучаемых:

- развить умение письменного (чтение, письмо) и устного (говорение, аудирование) иноязычного общения;
- уметь собирать, обрабатывать и интерпретировать с использованием современных информационных технологий данные на иностранном языке, необходимые для формирования суждений по соответствующим профессиональным, социальным, научным и этическим проблемам;
- овладеть базовыми навыками публичной речи и аргументации для ведения дискуссии;
- овладеть базовыми навыками анализа текстов профессионального и социально значимого содержания;
- научиться аннотировать и реферировать научную литературу;
- научиться строить свое речевое и неречевое поведение в соответствии с социокультурной спецификой страны изучаемого языка;
- овладеть базовыми навыками письменного и устного перевода текстов профессиональной направленности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные нормы иностранного языка в области устной и письменной речи;
- основные различия лингвистических систем русского и иностранного языка;
- основные особенности слушания, чтения, говорения и письма как видов речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- базовым набором лексики терминологической направленности;
- базовые грамматические конструкции и формы, присущие подязыку направления подготовки / специальности;
- свободные и устойчивые словосочетания, фразеологические единицы, характерные для сферы профессиональной коммуникации;
- основные средства создания вербальных и невербальных иноязычных текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
- историю, культуру и традиции страны изучаемого языка;
- концептуальную и языковую картину мира носителя иноязычной культуры;
- методику работы с/над текстами социальной и профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- методику работы с информационными потоками для обеспечения деятельности аналитических центров, общественных и государственных организаций.

Уметь:

- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении на иностранном языке;
- осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке;
- соотносить языковые средства с конкретными социальными ситуациями, условиями и целями, а также с нормами профессионального речевого поведения, которых придерживаются носители языка;
- работать с/над текстами профессиональной направленности в целях адекватной интерпретации прочитанного материала;
- понимать монологическую/ диалогическую речь, в которой использованы лексико-грамматические конструкции, характерные для коммуникативных ситуаций профессионального общения;
- использовать навыки работы с информацией из различных источников на иностранном языке для решения общекультурных и профессионально значимых задач;
- понимать и правильно интерпретировать историко-культурные явления стран изучаемого языка, разбираться в общественно-политических институтах этих стран;
- выполнять письменные и устные переводы материалов профессионально значимой направленности с иностранного языка на русский и с русского на иностранный язык;
- создавать и редактировать тексты основных жанров деловой речи;
- редактировать тексты профессионального и социально значимого содержания на родном и иностранном языках;
- решать стандартные коммуникативные задачи с использованием информационно-коммуникационных сетей;
- собирать в информационно-коммуникационных сетях и интерпретировать информацию социального и профессионального характера;
- адекватно и критически оценивать материал различных информационно-коммуникативных ресурсов;
- дифференцировать официально-деловую и терминологическую лексику.

#### Владеть:

- базовым набором лексико-грамматических конструкций, характерных для коммуникативных ситуаций общекультурного и профессионального общения;
  - языковыми средствами для достижения профессиональных целей на иностранном языке;
  - различными видами и приемами слушания, чтения, говорения и письма;
  - навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
  - навыками коммуникации в иноязычной среде, обеспечивающими адекватность социальных и профессиональных контактов на иностранном языке;
  - способами решения коммуникативных и речевых задач в конкретной ситуации общения;
  - приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
  - навыками реферирования и аннотирования научной литературы;
- информацией об основных особенностях материальной и духовной культуры страны (региона) изучаемого иностранного языка в целях уважительного отношения к духовным ценностям других стран и народов;
- методикой и приемами перевода (реферативного, дословного);
  - приемами реферирования и аннотирования текстов профессиональной направленности;

- навыками по рецензированию и редактированию социальных, научно-популярных, научных и публицистических работ по направлению подготовки на иностранном языке.
- навыками и методикой поиска страноведческой и профессиональной информации, используя различные информационно-коммуникационные технологии;
- приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины «Русский язык и культура речи»** – повысить общую речевую культуру студентов нефилологической специальности, развить навыки использования языковых средств при создании текстов с разными коммуникативными характеристиками.

**Задачи дисциплины** связаны с освоением системы понятий в рамках данной дисциплины и развитием практических навыков анализа текстов и их создания:

- раскрыть многообразие стилистических возможностей русского языка;
- рассмотреть нормы современного русского языка;
- объяснить правила русского речевого этикета и невербальной коммуникации (мимика, жесты, дистанция общения);
- показать своеобразие современной речевой ситуации;
- дать общее представление о разных типах текстов и способах их продуцирования;
- научить находить речевые ошибки, классифицировать их и редактировать;
- расширить активный словарный запас студентов, познакомить с различными словарями и справочниками, отражающими взаимодействие языка и культуры.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен достичь определённых результатов обучения.

### **Знать:**

- основные понятия и категории культуры речи;
- основные нормы в области устной и письменной речи;
- единицы лингвистической системы и иерархию их отношений;
- правила употребления единиц, относящихся ко всем языковым уровням: фонетическому, лексическому, грамматическому;
- вербальные и невербальные средства взаимодействия;
- средства создания текстов в различных ситуациях личного и профессионально значимого общения;
- речевой этикет;
- различные виды речевой деятельности;
- основные модели речевого поведения;
- основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения;
- сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства;
- типы текстов, их характеристики;
- методику поиска в информационно-коммуникационных сетях информации социальной и профессиональной направленности.
- источники лингвистической информации и методы ее самостоятельного поиска и обработки.

### **Уметь:**

- реализовывать различные виды речевой деятельности в учебно-научном общении;
- формулировать цели и задачи межличностного и межкультурного взаимодействия, а также выбирать эффективные речевые способы решения таких задач;
- осуществлять эффективную межличностную коммуникацию в устной и письменной формах;
- анализировать вербальные и невербальные компоненты общения;
- логически и грамматически верно строить высказывание;
- использовать стилистические возможности русского языка;
- продуцировать тексты в устной и письменной форме;
- анализировать и критически оценивать тексты;
- находить языковые ошибки и выбирать способы их устранения;

- определять возможности повышения собственного уровня речевой культуры;
- решать стандартные коммуникативные задачи с использованием информационно-коммуникационных сетей;
- критически оценивать материал различных информационно-коммуникативных ресурсов;
- собирать в информационно-коммуникационных сетях и адекватно интерпретировать информацию социального и профессионального характера.

**Владеть:**

- навыками эффективного общения с использованием вербальных и невербальных средств;
- навыками социокультурной и межкультурной коммуникации;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров и разной стилистической направленности;
- приемами отбора языковых средств в соответствии с системой норм русского литературного языка, а также с учетом коммуникативных целей и задач;
- навыками работы со словарями;
- навыками работы с устной и письменной информацией лингвистической и общепрофессиональной направленности;
- навыками коммуникации в различных ситуациях общения, обеспечивающими эффективность социальных и профессиональных контактов;
- приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения;
- приемами сбора, обработки и распространения информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии;
- навыками реферирования и аннотирования социальной и профессиональной информации;
- навыками создания и редактирования текстов основных жанров деловой речи.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель дисциплины** «Безопасность жизнедеятельности»: формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются как приоритетные, особенно ярко выраженные при чрезвычайных ситуациях, их воздействии на человека и среду обитания, готовности и способности специалиста использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности.

### **Задачи дисциплины:**

- Изучить характер чрезвычайных ситуаций и их последствия для жизнедеятельности.
- Овладеть правовыми основами безопасности жизнедеятельности при возникновении чрезвычайных ситуаций.
- Подготовить студентов к осознанным действиям в чрезвычайных ситуациях, научить грамотно применять способы защиты жизни и здоровья в сложившейся критической обстановке.
- Сформировать навыки оказания первой помощи населению при ликвидации последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий, а также при массовых эпидемиях.

В результате освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» обучающийся должен:

*знать:*

- теоретические основы обеспечения безопасности жизнедеятельности;
- негативные воздействия ЧС на человека и среду его обитания;
- методику выявления потенциально опасных проблем чрезвычайного характера;
- основы защиты населения;
- способы и средства защиты населения в ЧС и военных конфликтах;
- основы первой помощи в ЧС и военных конфликтах;

*уметь:*

- определять характер ЧС и их поражающие факторы;
- при возникновении ЧС действовать в соответствии с имеющимися знаниями, опытом, инструкциями и рекомендациями;
- ориентироваться и принимать решения в нестандартных ситуациях;
- создавать безопасные условия для жизни и профессиональной деятельности;
- оказывать первую помощь при массовых поражениях населения и возможных последствиях аварий, катастроф, стихийных бедствий;

*владеть:*

- законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды;
- понятийно-терминологическим аппаратом в области безопасности;
- навыками по применению основных методов защиты в условиях ЧС и военных конфликтов;
- методами и способами оказания первой помощи при ЧС.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы российского права» реализуется на юридическом факультете кафедрой теории права и сравнительного правоведения РГГУ.

*Цель дисциплины:* формирование у обучающихся способности, как познавательно-аналитического, так и практического использования в различных сферах деятельности знаний об основных принципах, отраслях и институтах современного российского права.

*Задачи:*

- понимать специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе;
- приобретение навыков правового анализа проблем и процессов;
- приобретение основных знаний о важнейших правовых отраслях и институтах современного российского права;
- формирование навыков осуществления деятельности с учетом требований норм права;
- формирование основ правовой культуры и понимания гуманистической ценности права для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;
- приобретение знаний о правах и обязанностях человека и гражданина;
- уметь ориентироваться в системе источников права и находить нужную правовую информацию;
- применять оптимальные правовые способы решения задач в различных сферах своей деятельности;
- формирование нетерпимого отношения к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и навыков противодействия им в профессиональной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2 – способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений:

УК-2.2 - Способность использования знаний о важнейших нормах, институтах и отраслях действующего российского права для определения круга задач и оптимальных способов их решения;

УК-10 – способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействует им в профессиональной деятельности:

УК-10.1. Определяет сущность экстремизма, терроризма, коррупционного поведения и их взаимосвязь с социальными, экономическими, политическими и иными условиями;

УК-10.2. Анализирует правовые нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

УК-10.3. Правильно применяет правовые нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- специфику и основные свойства права как социального регулятора в современном обществе;
- характеристику и специфику основных отраслей и институтов российского права;
- права и обязанности человека и гражданина РФ;
- сущность понятий экстремизма, терроризма, коррупционного поведения;
- основные источники права, содержащие нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

- основные юридические процедуры реализации правовых норм, в том числе о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

Уметь:

- ориентироваться в системе источников права и находить нужную правовую информацию;

- осуществлять свою профессиональную деятельность с учетом требований правовых норм;

- выявлять признаки экстремизма, терроризма, коррупционного поведения;

- толковать содержание норм о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

- определять необходимые в конкретных случаях юридические процедуры реализации правовых норм, в том числе о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

Владеть:

- навыками правового анализа проблем и процессов для определения круга задач и оптимальных способов их решения;

- основами правовой культуры и понимания гуманистической ценности права для толерантного восприятия социальных, этнических, конфессиональных и культурных различий;

- навыками применения оптимальных правовых способов решения задач в различных сферах своей деятельности.

- навыками определения взаимосвязей экстремизма, терроризма, коррупционного поведения с социальными, экономическими, политическими и иными условиями;

- находить соответствующие конкретным ситуациям правовые нормы о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению;

- навыками соблюдения правовых норм о противодействии экстремизму, терроризму и коррупционному поведению.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачёта*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Менеджмент» реализуется кафедрой управления.

Цель курса – формирование у студентов необходимого объёма компетенций, требуемых для реализации организаторских и управленческих способностей, позволяющих ускорить их профессиональную адаптацию к деятельности в современных организациях и эффективного взаимодействия с коллективом в рамках актуального правового поля с соблюдением норм профессиональной и общечеловеческой этики, и с учетом последних достижений и передового опыта в области менеджмента.

Задачи курса:

- ознакомить студентов с истоками формирования управленческих идей и взглядов и их дальнейшей эволюцией в разные исторические периоды в различных странах, а также связью современного состояния управленческой мысли с прошлым;

- рассмотреть основные аспекты современного менеджмента и дать представление об интегрированном подходе в вопросах концептуальной теории управления и менеджмента, и практики менеджмента в организациях различных форм собственности.

- ознакомить с внедрением новых принципов и методов эффективного менеджмента и координации деятельности коллективов людей в современных организациях;

- ознакомить с внедрением новых принципов и методов управления коллективами людей во имя достижения высоких социально-экономических результатов.

- рассмотреть научно-практические подходы и образцы современного управления, доминирующие в той или иной социально-культурной среде, исходя из принципов цивилизованных рыночных отношений.

Дисциплина направлена на формирование следующих универсальных компетенций:

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определять свою роль в команде;

- особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности;

- возможности применения своих ресурсов и их пределов (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы;

- понимать важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.

**Уметь:**

- предвидеть результаты (последствия) личных действий и планировать последовательность шагов для достижения заданного результата;

- реализовать намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда;

- использовать предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.

**Владеть:**

– методами эффективного взаимодействия с другими членами команды, в том числе участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды;

– оценкой эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.

По дисциплине «Менеджмент» предусмотрена аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Экономика» реализуется кафедрой теоретической и прикладной экономики.

**Цель дисциплины** – сформировать у студентов представление об экономическом образе мышления, о предмете и методологии экономической теории и её месте в системе наук, познакомить их с общетеоретическими основами хозяйствования, научить ориентироваться в меняющихся экономических условиях.

### **Задачи дисциплины:**

- рассмотреть основные направления развития экономической мысли, современные экономические теории, эволюцию представлений о предмете экономической теории;
- дать представление о задачах, функциях и методах экономической науки;
- раскрыть сущность и типы общественного воспроизводства, предпосылки компромиссного экономического выбора;
- изложить основы и закономерности функционирования экономических систем;
- познакомить студентов с понятийно-категориальным аппаратом экономической науки и инструментами экономического анализа;
- сформировать у студентов знания о сущности и механизмах функционирования рынка, об основных организационно-правовых формах предпринимательской деятельности и методах оценки результатов деятельности фирмы;
- дать четкое представление об основных макроэкономических показателях, инструментах государственной фискальной и денежно-кредитной политики;
- сформировать целостное представление об основных тенденциях развития экономики России на современном этапе;
- повысить финансовую грамотность будущего специалиста.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач.

### **Знать:**

- механизм достижения цели проектов с учетом имеющихся ресурсов и хозяйственных ограничений.

### **Уметь:**

- проектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ её решения, исходя из имеющихся ресурсных ограничений;
- применять экономические подходы при исследовании хозяйственных процессов.

### **Владеть:**

- экономическими методами управления хозяйственными проектами на всех этапах жизненного цикла.

УК-9.<sup>1</sup> Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-9.1. Понимает экономические законы и их проявления в различных областях жизнедеятельности

---

<sup>1</sup> Для ОПОП ВО, реализуемых с 2019 г.

УК-10.<sup>2</sup> Способен принимать обоснованные экономические решения в разных областях жизнедеятельности

УК-10.1. Понимает экономические законы и их проявления в различных областях жизнедеятельности

**Знать:**

- основные экономические категории и понятия;
- сущность и формы организации хозяйственной деятельности.

**Уметь:**

- ориентироваться в системе показателей результатов хозяйственной деятельности на макро- и микроуровнях.

**Владеть:**

- методами теоретического исследования экономических явлений и процессов, навыками проведения экономического анализа.

УК-9.2. Планирует и принимает решения в сфере личных финансов.

УК-9.2. Планирует и принимает решения в сфере личных финансов.

**Знать:**

- основные категории, связанные с принятием решений в сфере личных финансов.

**Уметь:**

- выбирать обоснованные решения в сфере личных финансов.

**Владеть:**

- современными технологиями в сфере личных финансов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы.

---

<sup>2</sup> Для ОПОП ВО, реализуемых с 2021 г.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Социология» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и истории социологии социологического факультета.

**Цель дисциплины** – подготовить специалиста, обладающего знаниями об обществе как о целостной реальности в контексте анализа феноменов общественного сознания, основных практик жизнедеятельности и конкретных условий его функционирования.

### **Задачи дисциплины:**

- помочь студентам изучить основные категории социологического знания и усвоить основные социологические теории;
- получить знания о социальной структуре современного российского общества; развить умение использовать социологические подходы при анализе актуальных социальных проблем;
- освоить навыки организации и проведения социологического исследования.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК 2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
- ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

### **Знать:**

- структуру конкретного социологического исследования и этапы его проведения;
- основные источники и литературу по социологии;
- этапы исторического развития;

### **Уметь:**

- применять исследовательский аппарат социологии к исследованию проблемных направлений социальной жизни общества, в том числе для принятия в профессиональной области;
- ориентироваться в проблемном поле российского общества;
- ориентироваться в проблемном поле социокультурных традиций различных социальных групп;

### **Владеть:**

- практическими навыками анализа современных социальных явлений и процессов;
- навыками участия в коллективных проектах.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Психология» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой социальной психологии.

**Цель дисциплины** – сформировать научное понимание психики и психологии человека, отличающееся от бытовых, упрощенных и иррациональных описаний.

**Задачи дисциплины:**

- формирование научного подхода к изучению психики человека, психологии социальных групп;
- ознакомление с основными понятиями современной психологии;
- изучение психологических аспектов обучения, развития личности и учет их в личной и профессиональной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК 3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
- ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- основные категории и понятия научной психологии;
- направления, подходы, теории в психологии и современные тенденции развития психологических концепций и

**Уметь:**

- использовать знания об особенностях темперамента, характера, личности человека в процессе профессиональной творческой деятельности для повышения своей квалификации и развития личностных качеств.
- использовать данные знания как средство профессионального карьерного роста, самообразования и самосовершенствования.

**Владеть:**

- навыками создания профессионального образа, т.е. рассмотреть понятие и процесс профессиональной самоидентификации и рефлексивности;
- навыками организации самообразования, технологиями приобретения, использования и обновления функциональных, когнитивных, личных и этических компетенций

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Культурология» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой истории и теории культуры факультета культурологии.

**Цель дисциплины** – сформировать у студентов представление о культуре, ее базовых категориях, многообразии форм и исторических типов, принципах ее теоретического осмысления.

**Задачи дисциплины:**

- сформировать у студентов представление о культуре как важнейшем аспекте социальной жизни;
- познакомить студентов с историческими аспектами становления культуры и культурологическим подходом к исторической типологии культуры;
- научить студентов применять основные культурологические теории для анализа различных аспектов жизни людей – социальных, психологических, политических, художественных;
- выявить и обсудить наиболее значимые проблемы культуры современного мира (глобализация, мультикультурализм, универсализация культуры и др.);
- сформировать навыки строить устную и письменную речь при обсуждении проблем культурологии.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК 5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
- ОПК 3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:**

- предметную специфику культурологии, ее место в системе гуманитарного знания;
- основные подходы к определению понятия «культура»;
- базовые принципы построения различных концепций культуры;
- актуальные проблемы межкультурных отношений.

**Уметь:**

- критически воспринимать и интерпретировать тексты по культурологии;
- понимать логику культурных явлений, их обусловленность социальным и историческим контекстом;
- учитывать культурные аспекты социальной, политической, экономической, психологической, художественной сфер жизни людей;
- анализировать современные проблемы культуры.

**Владеть:**

- понятийным аппаратом дисциплины;
- навыками анализа различных концепций культуры;

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Политология» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теоретической и прикладной политологии ФИПП ИАИ.

**Цель дисциплины** – освоение базовых знаний в области политической науки для подготовки к изучению профессиональных и специальных дисциплин, связанных с политическими аспектами сферы рекламы и связей с общественностью.

### **Задачи дисциплины:**

- показать место и роль политической науки в системе современного социально-гуманитарного знания;
- раскрыть логику построения политической науки и использования ее категориально-понятийного аппарата;
- рассмотреть основные парадигмы современной политологии;
- проанализировать субстанциональные свойства политики и ее взаимоотношения с другими сферами социальной действительности;
- выявить особенности постановки проблемы власти в современных политических теориях;
- определить специфику анализа стратификационных, институциональных и неинституциональных основ политики;
- обосновать принципы исследования политических систем, политических режимов, политических процессов.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК 3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде
- ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности
- ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

### **Знать:**

- систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития, основные термины и определения, связанные с институциональной подсистемой политической системы;
- понятийно-категориальный аппарат и логику построения политических теорий, основные парадигмы и направления теоретического анализа политики;
- основные нормативно-правовые документы, регламентирующие профессиональную деятельность;

### **Уметь:**

- использовать теоретические представления и концепции для приобретения новых знаний применительно к сфере профессиональной деятельности в условиях изменяющейся социально-политической реальности;
- понимать эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели;
- определять роль каждого участника в команде;

- эффективно взаимодействовать с членами команды; участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом;
- содействовать презентации результатов работы команды; соблюдать этические нормы взаимодействия;
- анализировать основные этапы развития политической науки и политических процессов;

**Владеть:**

- навыками осмысления процессов и явлений, происходящих в политической сфере для формирования гражданской позиции;
- способностью учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов в сфере профессиональной деятельности;
- способностью учитывать законодательство Российской Федерации, иные нормативные акты, методические и нормативные документы в профессиональной деятельности.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Математика» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой моделирования в экономике и управлении факультета управления ИЭУП.

**Цель дисциплины** – подготовка обучающихся к использованию в своей практической деятельности возможностей вычислительной техники, современных математических методов; умению выбирать наиболее подходящий математический инструментарий; умению не только принимать решения, но и обосновывать их правильность и оптимальность.

### **Задачи дисциплины:**

- изучение основ математического аппарата;
- выработка навыков решения типовых математических задач;
- развитие логическое и алгоритмическое мышление, умение строго излагать свои мысли;
- выработка навыков математического исследования теоретических и практических задач управления и теории систем;
- сформировать умение выбирать математический инструментарий для построения моделей экономических процессов, анализировать результаты расчетов и обосновывать полученные выводы.

Дисциплина направлена на формирование компетенции УК 2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** основы математических методов в объеме, необходимом для решения задач управления;

**Уметь:** решать типовые математические задачи, а также применять полученные знания к исследованию прикладных задач в сфере рекламы;

**Владеть:** навыками применения современного математического инструментария для решения задач рекламы и современных коммуникаций в рекламе; методикой построения, анализа и применения математических моделей для оценки состояния и прогноза развития современных коммуникаций в рекламе.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория и практика медиакоммуникаций» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

Цель дисциплины – сформировать представление о медиакоммуникациях и возможностях их использования в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть современную структуру и динамику медиасистемы;
- раскрыть исторические этапы развития отечественной медиасистемы;
- представить правовое и этическое регулирование современных медиа;
- дать представление о современной медиасистеме (печатные СМИ, информационные агентства, радиовещание, телевидение, онлайн-СМИ, социальные медиа, книгоиздание; киноиндустрия, реклама, связи с общественностью, медиаконпании);
- рассмотреть аудиторию, контент и технологии как три основные составляющие медиакоммуникаций.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

*ОПК-1.1.* Выявляет отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

*ОПК-1.2.* Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

*ОПК-5.2.* Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

*ОПК-7.2.* Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; основы подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; механизмы функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; общепринятые стандарты и законы в области средств массовой информации.

*Уметь:* выявлять отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; разрабатывать тексты медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; искать корректные творческие приемы при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.

*Владеть:* методами определения отличительных особенностей медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; алгоритмами подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; методами осуществления своих профессиональных действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы корректными творческими приемами при сборе, обработке и распространении

информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Интернет-маркетинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

Цель дисциплины: формирование базовых теоретических и практических знаний, необходимых для разработки, анализа, планирования и продвижения Интернет-проектов

Задачи :

- овладение теоретическими аспектами digital-маркетинга
- выработка представления об основных методах digital-маркетинга и их применения
- помощь формирования самостоятельного мышления у студентов при выборе методов продвижения в Интернете

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

- УК-4.3. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей на государственном и иностранном(ых) языках;
- ОПК -1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;
- ОПК 4.2. Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании медиапроектов и (или) медиапродуктов;
- ОПК-6.1. Участвует в производственном процессе выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий;
- ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать:

- теоретические основы интернет-маркетинга;
- основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернете;
- методы управления коммерческой информацией;
- основы проведения исследования и анализа рыночной среды в Интернете;
- специализированные маркетинговые программные продукты.

Уметь:

- применять основные методы продвижения сайта;
- применять методы интернет-маркетинга с целью повышения эффективности деятельности предприятия в конкурентной среде;
- применять методы анализа рыночной информации в виртуальной среде;
- решать базовые задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий.

Владеть:

- базовыми навыками электронной коммерции;
- основными навыками коммерческой этики в электронной и виртуальной среде;
- навыками принятия оперативных и релевантных конкурентной среде управленческих решений;

- навыками разработки маркетинговой стратегии и реализации рекламной кампании в Интернете

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы интегрированных коммуникаций» является базовой частью блока дисциплин учебного плана. Дисциплина реализуется кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы факультета рекламы и связей с общественностью института массмедиа и рекламы.

Цель дисциплины: изучение теоретических основ социальной коммуникации, освоение социокоммуникативного категориального аппарата, общих закономерностей, сходств и различий видов, уровней, форм коммуникации, являющихся необходимым условием успешной деятельности современного специалиста.

Задачи:

формирование знаний о научном содержании и практической актуализации социальной коммуникации, сути предмета теории коммуникации, его функций и средств, обуславливающих его выделение в самостоятельную научно-практическую коммуникативную систему;

знание целей, задач и методов профессиональной деятельности специалиста в области социальных коммуникаций;

представление об истоках, истории и специфике развития теории коммуникации;

понимание зависимости коммуникационного процесса от изменений, происходящих в социально-экономической, политической жизни общества и научно-технических преобразований в мире;

освоение новых форм коммуникационного пространства, отвечающих потребностям информационного общества;

овладение социально-коммуникативными методами анализа коммуникативного пространства;

знание основных направлений прикладных исследований в современной теории коммуникации.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-5 – демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: содержание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

Уметь: демонстрировать толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям; использовать в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов многообразие достижений отечественной и мировой культуры.

Владеть: навыками реализации в медиапроектах межкультурного разнообразия общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах; навыками реализации в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов многообразия достижений отечественной и мировой культуры.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Создание и продвижение корпоративных медиа» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть цели и задачи корпоративных медиа;
2. Показать место корпоративных медиа в системе интегрированных бизнес-коммуникаций;
3. Дать представление о технологиях создания основных видов корпоративных медиа.
3. Дать представление об особенностях создания контента для корпоративных медиа.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

ОПК-6.1. Участвует в производственном процессе выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; особенности подготовки медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов

различных жанров и форматов; особенности функционирования различных медиакоммуникационных систем; особенности производственного процесса выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий.

Уметь: определять спектр ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; разрабатывать различные медиапродукты различных жанров и форматов; осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; организовать производственный процесс выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий.

Владеть: навыками анализа спектра ресурсов и ограничений, оптимальных способов решения поставленных задач; навыками создания и продвижения корпоративных медиапродуктов; навыками работы в различных медиакоммуникационных системах; навыками создания медиапродукта с применением современных цифровых технологий.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиааналитика» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть цели и задачи корпоративных медиа;
2. Показать место корпоративных медиа в системе интегрированных бизнес-коммуникаций;
3. Дать представление о технологиях создания основных видов корпоративных медиа.
3. Дать представление об особенностях создания контента для корпоративных медиа.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач;

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

ОПК-6.1. Участвует в производственном процессе выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные правила проведения медиаметрического исследования.

Уметь: проводить медиаметрическое исследование.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Психология медиакоммуникаций» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – овладение специальными знаниями, умениями и навыками в области психологии в рекламе и связях с общественностью как компонентами формируемых в рамках подготовки студентов по направлению «Реклама и связи с общественностью» профессиональных компетенций, необходимых для эффективного осуществления научно-исследовательской, коммуникативной, консультативной и экспертной деятельности.

Задачи дисциплины:

- выработка представлений об основных психологических закономерностях функционирования массового и индивидуального сознания и поведения;
- формирование представлений о возможностях воздействия на сознание и поведение людей средствами массовой коммуникации в рамках коммуникационных кампаний;
- введение в историю и круг современных проблем массовой коммуникации, связанных с будущей профессиональной деятельностью в сфере рекламы и связей с общественностью;
- развитие способности к пониманию и использованию основных психологических закономерностей и механизмов функционирования средств массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
- развитие способности к творческому использованию основных теоретических положений и практического опыта деятельности средств массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью;
- овладение навыками современного психологического исследования процесса массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, его основных элементов и механизмов функционирования;
- формирование способности самостоятельно ставить цели, связанные с использованием массовой коммуникации в рекламе и связях с общественностью, выбирать технологии и психологические механизмы, необходимые для реализации этих целей;
- приобретение студентами навыков работы в команде.

Дисциплина направлена на формирование компетенции ОПК-4 – способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- предметное поле и историю психологии в рекламе и связях с общественностью; основы методологии психологических исследований современных коммуникативных процессов; возможности и ограничения использования общих и специальных методов для анализа психологии массовой коммуникации;

- особенности использования вербальных и невербальных средств передачи информации при создании информационных поводов для коммуникационных кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Уметь:

- проводить социологические и прикладные социально-психологические исследования потребностей общества и отдельных аудиторных групп (опросы общественного мнения, анкетирование, интервьюирование, психологические тесты и др.);

- осуществлять собственную авторскую деятельность с учетом специфики психологического влияния разных типов СМИ и других медиа на массовое сознание и поведение потребителей, исходя из имеющегося мирового и отечественного опыта.

Владеть:

- готовностью к проявлению себя в качестве эксперта и специалиста в сфере психологии управления потребностями общества и целевых аудиторий;

- навыками творческой работы по созданию информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, опираясь на знания психологии потребителей и учитывая мировой и отечественный опыт.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: в результате изучения дисциплины студент должен овладеть целостным представлением об истории современных медиа.

Задачи:

- изучить историю возникновения медиа;
- исследовать культурные феномены, процессы и практики информационного общества, связанные с медиа;
- познакомить студентов с методологией изучения медиа, с современными критическими теориями медиа;
- выработать рефлексивную позицию у студентов по отношению к своему повседневному опыту, связанному с использованием современных медиа.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: историю развития медиа в XX – н. XXI вв.

Уметь: выделять основные типы современных медиасообществ.

Владеть: навыками теоретического анализа и историко-типологического осмысления конкретных явлений и практик медиакультуры.

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: типологию медиа.

Уметь: формулировать и анализировать проблемы медиа и возникающих в этом пространстве субкультур.

Владеть: навыками анализа медиаресурсов с применением различных методов и стратегий.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Визуальные коммуникации» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – познакомить с основными подходами к анализу визуальных знаков, показать сложность чтения визуальных сообщений и образов, и представить методологические возможности интерпретации визуальных образов как коммуникативных практик.

Задачи дисциплины:

- Показать специфику визуальных коммуникаций и особый язык изображений;
- Анализировать систему понятий, используемых при работе с визуальным материалом;
- Изучение не только общетеоретических работ, но и текстов, посвященные анализу конкретного визуального материала и позволяющие продемонстрировать особенности применения теоретических
- формирование представления о визуальных коммуникациях как о процессе коммуникации (передачи информации) посредством визуального языка (изображений, знаков, образов, типографики, инфографики), с одной стороны, и визуального восприятия (органов зрения, психологии восприятия) – с другой;
- формирование основы понимания визуальной журналистики;
- развитие навыков профессионального представления результатов собственных научных изысканий в области современной теории коммуникации

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- ОПК-3 – способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
- ПК-1 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:*

основные способы интерпретации визуального материала; современные концепции, наиболее известные школы, направления, имена в визуальных исследованиях XX-XXI вв.; теории, концепты, методы, которые вырабатываются в русле современных визуальных исследований, связанных с методологическими и теоретическими новациями; тезаурус курса: методологические и содержательные понятия; глоссарий каждого автора, терминологическую специфику каждого автора; принципы, подходы, стратегии и методы визуального анализа.

*Уметь:*

видеть различия между разными методологиями, сильные и слабые стороны с точки зрения применимости к дискурсу в области рекламы и связей с общественностью; выделять ключевые понятия в прочитанных текстах, специфику исследовательского аппарата разных авторов; представлять результаты своей работы в виде анализа рекламного сообщения с точки зрения выбранной методологии; разрабатывать стратегии

анализа рекламы с точки зрения визуальных исследований; применять навыки использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.

*Владеть:*

навыками описания и анализа визуальных образов; специальной терминологией каждого направления; принципами и методами анализа теорий и методологий; навыками критического анализа и синтеза научной информации; навыками использования визуального материала в междисциплинарных исследованиях.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Мировая литература в медиакоммуникациях» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой теории и практики общественных связей.

Цель дисциплины: создать устойчивое представление о взаимосвязях мировой и отечественной литературы в контексте массовых коммуникаций информационного общества.

Задачи:

- дать целостное представление о ходе развития мирового литературного процесса;
- показать взаимосвязь и преемственность различных литературных эпох;
- раскрыть специфику изучаемых этапов мирового литературного развития в контексте культуры, о высших достижениях мировой литературы, имеющих непреходящее значение, сообщить определённую сумму фактов, существенных для понимания литературного процесса и формирования эстетического наслаждения от знакомства с литературными памятниками;
- ознакомить учащихся с вершинными произведениями мировой и отечественной литературы,
- привить навыки чтения и анализа литературных текстов, основанного на понимании образной природы искусства слова, опирающегося на принципы единства художественной формы и содержания, связи искусства с жизнью, историзма.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-5.1. -демонстрирует толерантное восприятие социальных и культурных различий, уважительное и бережное отношение к историческому наследию и культурным традициям

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

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: художественные традиции в мировой литературе; ключевые культурно-исторические явления, нашедшие отражение в мировой литературе; хронологические границы, периодизацию и типологические особенности культурно-исторических эпох; динамику мирового литературного процесса на синхроническом и диахроническом уровнях; национальную специфику каждой из изучаемых в курсе национальных литератур и их взаимосвязи с литературами других народов; основные магистральные сюжеты и образы мировой литературы.

Уметь: анализировать взаимопроникновение сюжетов и образов мировой литературы, интеграцию литературных процессов и культур, использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Владеть: навыками интерпретации художественного произведения как феномена национально-духовной культуры народа; навыками работы с художественным текстом, исследовательской литературой, учебными пособиями.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Копирайтинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель курса: дать студентам знания об основных направлениях копирайтинга как сферы рекламной деятельности, навыки по вербальному обеспечению маркетинговых коммуникаций, необходимые для эффективной практической рекламной деятельности.

Задачи курса:

дать представление о сущности копирайтинга, его месте и роли в системе рекламного бизнеса; выработка умений определять типы рекламных стратегий, проявленных в рекламных текстах; ознакомление студентов с видами PR-текстов и выработке умений по составлению материалов для работы структур по связям с общественностью; сформировать у студентов представления о методологии работы с брифом заказчика; определить основные категории, понятия, термины, которыми оперируют профессиональные копирайтеры; сформировать представление о классификации стилей рекламных текстов и различных подходах, используемых при их создании; познакомить с мировым и отечественным опытом работы в области копирайтинга, с перспективными тенденциями развития этой части рекламного дела, подготовить специалистов-профессионалов, свободно и легко ориентирующихся в современном мире, способных на основе полученных знаний творчески, оперативно, обоснованно разрабатывать рекламные и обзорные статьи, тексты для пресс-релизов, интервью, буклеты, корпоративные новости, коммерческие и PR тексты, сценарии презентаций и рекламных роликов.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК 1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, медиапродуктов, коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК 1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

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

ПК 4.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности.

ПК 5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде; применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

*Знать:*

основные особенности и круг профессиональных обязанностей копирайтера;

литературные приемы, используемые при создании слоганов;

методики анализа знаковых систем рекламных сообщений, приемы и технологии, применяемые при создании сценариев для рекламных роликов;

основные механизмы и закономерности воздействия общества на личность процессы формирования и развития социальных институтов, их социальные роли и функции;

технологии работы с брифом заказчика для создания рекламных концепций.

*Уметь:*

классифицировать и типизировать вербальные формы рекламы, ориентироваться в семиотической природе рекламы, моделировать рекламные сообщения в соответствии с концепцией рекламной кампании;

проводить исследования в конкретной предметной области, понимать результаты экспериментальных и наблюдательных способов проверки научных теорий;

ориентироваться в научной литературе, посвященной вопросам современной рекламы, знать основные сайты информационных баз в сети Интернет;

обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы;

*Владеть:*

основами речи, ее видами, правилами речевого этикета и ведения диалога, законами композиции и стиля, приемами убеждения;

базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, навыками литературного редактирования, копирайтинга;

стилистическими приемами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Исследование поведения потребителей» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: Основной целью курса является формирование у студентов знаний в области исследования поведения потребителей, выработка практических навыков системного управления процессами, научить студентов пользоваться минимально необходимым практическим инструментарием, чтобы, работая в компании и получив задачу организации и проведения исследования поведения потребителей, слушатель смог бы самостоятельно провести данную работу с минимальными финансовыми затратами, в максимально короткий срок, качественно и эффективно.

Задачи:

- ознакомление студентов с основными понятиями в области исследования поведения потребителей, видами маркетинговых исследований;
- формирование навыков использования методологии и методов исследований поведения потребителей;
- обучение специфике применения различных видов исследований потребительского поведения;
- формирование навыков применения методов обработки информации, полученной в ходе проведения исследований поведения потребителей;
- подготовка специалистов, способных, на основе полученных знаний, творчески и оперативно принимать обоснованные решения по вопросам исследования поведения потребителей с учетом стратегии развития организации (предприятия).

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: принципы и форматы деловой коммуникации в рамках реализации проекта по исследованию поведения потребителей; принципы и методы проведения исследований различных целевых аудиторий потребителей и маркетингового анализа рынка; методы измерения основных характеристик целевой аудиторий на основе результатов маркетинговых исследований.

Уметь: выбрать наиболее подходящую методологию исследований поведения потребителей, подготовить инструментарий, обосновать критерии отбора респондентов, подготовить техническое задание для полевого отдела и отдела обработки, провести аналитическую работу, подготовить выводы и рекомендации для бизнес-решений; определять задачи исследования поведения потребителей, проводить сегментацию целевых аудиторий; методами таргетирования, учета профиля целевой аудитории при создании медиапроектов или медиапродуктов.

Владеть: методами составления брифа и коммерческого предложения на проведение исследования поведения потребителей, принципами составления отчетов по результатам качественных и количественных исследований поведения потребителей; опросными технологиями выявления запросов и потребностей целевой аудитории в целом и отдельных аудиторных групп.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Создание и поддержка сайта» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических навыков, в области создания и поддержки сайта, необходимых для подготовки высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам работодателей в цифровой экономике.

Задачи дисциплины:

1) изучить теоретические основы создания сайта, разработки и размещения информации, управления содержимым сайта, учётными записями пользователей на базе системы управления контентом (CMS);

2) Научиться работать с материалами сайта, делать публикации записей, управлять рубрикам, создавать страницы.

3) научиться устанавливать и настраивать темы оформления сайта, использовать виджеты, устанавливать и использовать плагины.

4) выработать навыки настройки сервера и публикации сайта в сети интернет.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать*: возможности систем управления контентом для решения прикладных задач в области рекламы и связей с общественностью; способы создания и поддержки сайта, особенности установления эффективных рекламных коммуникаций в медиаиндустрии; принципы, подходы, стратегии и факторы, нормы деятельности, направленной на создания и продвижение медиакоммуникационных систем.

*Уметь*: использовать инструменты управления сайтом: делать публикации, управлять рубриками, создавать страницы; настраивать темы оформления сайта, использовать виджеты, устанавливать и использовать плагины, управлять содержимым сайта, учетными записями пользователей; проводить анализ эффективности работы сайта, формировать результаты коммуникационной среды; проводить анализ медиасреды и формировать результаты коммуникационной среды; планировать и проводить аналитические работы по формированию и продвижению современных интернет-медиа для получения обратной связи с целевыми группами.

*Владеть*: практическими навыками управления данными, включая различные преобразования данных; настраивать сервер и публикации сайта в сети интернет; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде, с учетом требований к безопасности данных; основными методами продвижения и анализа медиа в интернет-среде.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания о правовом регулировании в сфере рекламы и связей с общественностью для последующей их реализации в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

- изучить основы правового регулирования в сфере рекламы и связей с общественностью; источники правового регулирования;
- знать требования законодательства к рекламе отдельных видов товаров, способов ее распространения;
- сформировать знания в области надзора в сфере рекламы;
- изучить способы защиты прав потребителей рекламы;
- уметь применять полученные знания в профессиональной деятельности;
- владеть навыками анализа юридических документов.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений
- ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
- ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- законодательство Российской Федерации в сфере рекламы, связей с общественностью;
- локальное регулирование и саморегулирование в коммуникационных компаниях;
- вопросы юридической ответственности в сфере рекламы и коммуникаций;
- средства распространения рекламы;
- средства и приемы в сфере связей с общественностью, соответствующие требованиям законодательства РФ;
- понятие социальной рекламы, законодательные требования в сфере социальной рекламы;
- особенности рекламы отдельных видов товаров;
- совокупность правовых норм, регулирующих правоотношения в сфере рекламы и связей с общественностью;

Уметь:

- анализировать и применять в профессиональной деятельности законодательство в сфере рекламы и связей с общественностью;
- анализировать судебную практику и практику ФАС и ее территориальных органов;
- отграничивать виды социальной ответственности (моральной, политической) от юридической;

- соотносить средства и приемы профессиональной деятельности с требованиями законодательства, с учетом социальных последствий;
- определять правовые нормы, подлежащие применению при решении конкретной задачи;

Владеть:

- навыками анализа юридических документов;
- умениями определять социальные последствия профессиональной деятельности;
- юридической терминологией;
- навыками работы с законодательством, подзаконными актами, юридическими документами;
- навыками анализа и толкования правовых документов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы создания видеоконтента» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой Медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Основы создания видеоконтента» являются:

- формирование у студентов углубленного знания особенностей и специфики подготовки видеоконтента;

- формирование у студентов профессиональных практических навыков, необходимых для создания информационных видеосюжетов и телепрограмм.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- формирование навыков информационной и творческой деятельности в области видеопроизводства;

- формирование навыков участия в производственном процессе подготовки видеоконтента различных жанров.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-6.1. Участвует в производственном процессе выпуска медиапродукта с применением современных цифровых технологий.

ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: особенности подготовки медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов.

Уметь: разрабатывать медиапродукты различных жанров и форматов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Базовые инструменты журналистики» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой Медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины являются:

- формирование у студентов базовых представлений о практике работы журналиста на различных медийных платформах;
- развитие навыков работы с источниками информации, сбора, анализа, структурирования информации при подготовке журналистских материалов для печатных СМИ, ТВ, радио и Интернет-изданий;
- формирование базовых умений по созданию информационных текстовых, фото-, аудио- и видеоматериалов, визуальному оформлению данных;
- формирование навыков индивидуальной и групповой работы над информационными материалами.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- развитие навыков работы со специальными программными средствами и сервисами во время создания собственных презентаций;
- формирование навыков индивидуальной работы при подготовке презентации;
- формирование навыков публичного выступления.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций: УК-4.1. ОПК-1.2. ОПК-7.2.

УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-7.2. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и законами в области средств массовой информации.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Уметь: разрабатывать план презентации, выбирать стиль и придерживаться его в процессе создания итогового продукта (презентации), готовиться к публичному выступлению, публично представлять проект соблюдая план выступления и временные ограничения.

Владеть:

- навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии;
- навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика);
- навыками работы с мультимедийными материалами;
- технологиями и тенденциями развития общества.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Рерайт и профессиональное редактирование» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель изучения дисциплины:

Формирование у студентов базовых представлений об основных приемах качественного рерайта и редактирования текстов

Отработка практических навыков рерайтинга и редактирования

Развитие навыков работы с источниками информации при рерайте текстов для печатных СМИ, ТВ, радио и Интернет-изданий

Формирование навыков соблюдения основных требований, предъявляемых к текстам СМИ (точность, достоверность, наличие ссылок на источники информации, разграничение фактов и оценок)

Формирование навыков индивидуальной и групповой работы над текстами

Задачи дисциплины:

1. Раскрыть цели и задачи корпоративных медиа.
2. Показать место корпоративных медиа в системе интегрированных бизнес-коммуникаций.
3. Дать представление о технологиях создания основных видов корпоративных медиа.
3. Дать представление об особенностях создания контента для корпоративных медиа.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском

и иностранном (-ых) языке (-ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного (-ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный (-ые) язык (-и);

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского

и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные закономерности, стадии и этапы процесса рерайтинга и редактирования; методы и приемы осуществления профессиональных действий рерайтера и редактора.

Уметь: свободно воспринимать, анализировать и критически оценивать устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном (-ых) языке (-ах);

создавать медиатексты в основных журналистских жанрах (новости, заметки, обзоры, репортажи и др.), а также в гибридных жанрах; анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию

Владеть: методикой анализа общепрофессиональной информации; способами обработки текстов массовой коммуникации и подготовки этих текстов для их публичного распространения.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиакоммуникации в политике и госуправлении» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникации.

Цель дисциплины – сформировать представление об особенностях социально-политической медиакоммуникаций в ее историческом развитии и в современном состоянии и научить решать профессиональные задачи, лежащие в плоскости политической коммуникации.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть тезаурус дисциплины;
- рассмотреть понятие и особенности современной социально-политической коммуникации;
- раскрыть исторические этапы развития социально-политической коммуникации;
- дать представление о государственных и негосударственных акторах социально-политической коммуникации;
- раскрыть психологические аспекты социально-политической коммуникации;
- рассмотреть особенности функционирования системы медиакоммуникации в социально-политических процессах;
- познакомить с технологиями, используемыми в социально-политических коммуникациях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

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

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

ОПК-2.2. Соблюдает принцип объективности в создаваемых медиапроектах и (или) медипродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.

ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* суть политических процессов и отношений, основные особенности устройства системы общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития, технологии подготовки медиатекстов, понимать основные функции медиапродуктов, а также знать спектр задач, решаемых с их помощью, основные функции средств массовой информации в системе социально-политических отношений, понимать содержание понятия «аудитория медиапродукта», а также основные средства ее анализа.

*Уметь:* опираясь на знания технологий, создавать медиатексты и медиапродукты, востребованные в сфере политики и госуправления в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, учитывать особенности устройства системы общественных и государственных институтов при создании медиатекстов, медиапродуктов и коммуникационных продуктов, разрабатывать

коммуникационные продукты с учетом особенностей устройства политической системы, организовывать работу по освещению деятельности общественных и государственных институтов, оценивать аудиторию медиапродуктов, выявлять ее потребности и запросы, замерять эффективность медиакommunikации.

*Владеть:* навыками, позволяющими создавать востребованные в сфере политики и государственного управления медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем, технологиями профессиональной деятельности, а также методами анализа политических и общественных процессов, позволяющими создавать коммуникационные продукты, современным инструментарием по созданию коммуникационных продуктов, алгоритмами подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов, средствами измерения аудитории медиапродуктов, а также технологиями влияния на ключевые показатели измерения аудитории.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продюсирование в медиа» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель курса – предоставление магистрам компетенций для проектирования и продвижения междисциплинарных и многопрофильных цифровых, аудиовизуальных проектов.

Задачи курса:

- формирование теоретических знаний о процессах организации и управления актуальными продуктами в условиях динамичной медийной среды в контексте российского и зарубежного опыта;
- получение практического опыта в области применения современных интернет-ресурсов для достижения профессиональных целей;
- обретение навыков гибкого управления социокультурными медийными и цифровыми проектами.

Дисциплина (модуль) направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3.2 Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского

и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;

ПК-5.2. Осуществляет управление медиапроектом: разработка креативной идеи, создание и управление командой, организация продвижения медиапроекта/медиапродукта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные технологии создания медиапродукта (в том числе для цифровых платформ).

Уметь: взаимодействовать с членами команды; участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом; осуществлять подготовку текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; управлять медиапроектом.

Владеть: навыками презентации результатов работы команды; основными технологиями подготовки текстов медиапродуктов и иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; навыками бюджетирования и расчета экономических показателей медиапроектов/медиапродуктов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы работы с CRM-системами» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель изучения дисциплины:

сформировать представления об основах работы с CRM-системами.

Задачи изучения дисциплины:

дать представление о методологии разработки CRM-стратегии продвижения компании;

обучить студентов основам работы с программным обеспечением.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ПК-1. Знает основные принципы работы с данными, владеет современными инструментами анализа данных на начальном уровне, в т.ч. навыками программирования, алгоритмизации и математическими методами при решении задач анализа данных.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы работы с программным обеспечением Customer relationship management; основные методы анализа данных о поведении клиентов, хранящихся в CRM-системах

Уметь: использовать информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач для достижения профессиональных целей; разработать стратегию CRM-продвижения компании; составлять основные виды отчетов о результатах проведенного анализа

Владеть: навыками разработки программ лояльности с использованием CRM-систем.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиаменеджмент» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цели дисциплины:

Подготовка студентов к принятию управленческих решений при управлении творческими коллективами, редакциями СМИ, медиакомпаниями и холдингами и т.д.

Получение знаний в области проектирования организационных структур медиа и механизмов функционирования СМИ.

Задачи:

Освоение инструментов стратегической организационной диагностики и использования их при управлении портфелем медиахолдинга.

Изучение методов и особенностей управления правами на контент в различных средах. Освоение основных методов бюджетирования и финансового анализа, используемых в медиакомпаниях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3.2 Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.

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

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

ПК-5.3. Осуществляет бюджетирование и рассчитывает экономические показатели медиапроектов/медиапродуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы эффективного взаимодействия с членами команды; специфику функционирования различных медиакоммуникационных систем; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; основные методы бюджетирования медиапроектов.

Уметь: участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом; осуществлять управление медиакомпанией принимая во внимание влияние политических и экономических факторов; осуществлять свои профессиональные функции с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; рассчитывать экономические показатели медиапроектов.

Владеть: навыками презентации результатов работы команды.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Внутрикорпоративные коммуникации» реализуется кафедрой медиакоммуникаций факультета рекламы и связей с общественностью.

Цель освоения дисциплины «Внутрикорпоративные коммуникации» - формирование у студентов понимания роли и месте внутренних коммуникаций в системе корпорации.

Задачи дисциплины:

- изучение специфики внутренних коммуникаций;
- овладение знаниями для изучения внутренней среды корпорации;
- развитие навыков по формированию внутренних коммуникаций персонала;
- формирование каналов распространения информации внутри корпорации;
- формирование практических навыков и умений применения медийных инструментов для повышения эффективности работы персонала;
- воспитание нравственных качеств сотрудников и соблюдения ими этических норм в соответствии с миссией и стратегией компании;
- выработка умений использования аналитического и творческого подходов для выстраивания системы внутренних коммуникаций.

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели; определяет роль каждого участника в команде;

Знать: основные теоретические подходы к построению корпоративной культуры организации, основные подходы теории менеджмента к построению эффективной командной работы

Уметь: выстраивать эффективную систему горизонтальных и вертикальных коммуникаций, организовать работу основных каналов внутрикорпоративных коммуникаций

Владеть: навыками управления разными типами коллективов, разработки основных элементов корпоративной культуры

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы управления медиапроектами» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – формирование у обучающихся знаний, умений и навыков разработки, внедрения и экономического обоснования рекламных и прикладных проектов на базе современных методов и технологий социально-экономического проектирования.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия в области теории управления проектами;
- сформировать компетенции, навыки и умения по разработке и внедрению проектов на разных уровнях управления;
- овладеть основами знаний по управлению командой проекта
- научить решать практические управленческие задачи в сфере рекламы и маркетинга с использованием проектных методов и технологий.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

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

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

ПК-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:*

- условия и правила отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью при планировании и реализации проекта;
- принципы социальной ответственности и этические нормы, принятые профессиональным сообществом в рамках реализации проектов;
- профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью для реализации проектов.
- особенности проектных решений, методы оценки проектов.
- условия финансовой реализации проекта и его системной организации;
- методы детального контроля и сетевого планирования проектов
- функции линейного менеджера при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;
- принципы системной организации проекта по рекламе и СО;
- основные организационные структуры управления проектами;
- специфику каналов коммуникации в рамках проекта и современные технологии создания текстов рекламы и связей с общественностью в проекте;
- механизм и технологии создания информационных поводов для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
- механизм и технологии создания сценариев событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании по проекту

*Уметь:*

- осуществлять отбор профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом;
- осуществлять отбор, систематизацию и анализ информации по проекту, в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом;
- использовать профессиональные средства и приемы рекламы и связей с общественностью в рамках реализации проекта в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом;
- формировать требования, предъявляемые проектам;
- определять условия финансовой реализуемости проектов
- применять методы экономической оценки рекламных проектов.
- осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами;
- осуществлять планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;
- реализовывать типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью
- готовить основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью
- формировать требования, предъявляемые к проектам;
- определять условия финансовой реализуемости проектов;
- применять методы экономической оценки к рекламным проектам;
- готовить тексты рекламы и связей с общественностью в рамках проекта с учетом специфики каналов коммуникации;
- создавать информационные поводы для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
- применять творческие решения в рамках проекта;
- разрабатывать сценарии мероприятий для рекламной или PR-кампании по проекту *Владеть:*
- методами отбора и анализа информации для проектов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом;
- профессиональными средствами и приемами рекламы и связей с общественностью в рамках реализации проектов;
- навыками по расчету критериев эффективности проекта;
- методами управления проектами;
- современными проектными методами и средствами управления коммуникациями и командой проекта;
- современными проектными методами и средствами управления рисками проекта;
- практическими навыками по анализу проекта;
- современными технологиями создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации в проекте;
- технологиями и приемами создания информационных поводов для проектов в сфере рекламы и связей с общественностью;
- навыками разработки сценариев мероприятий для рекламной или PR-кампании по проекту;
- технологиями и приемами разработки сценариев мероприятий для рекламной или PR-кампании по проекту.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Физическая культура и спорт» реализуется кафедрой физической культуры, спорта и безопасности жизнедеятельности.

Цель дисциплины: формирование всесторонне развитой личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической готовности студента к будущей профессии.

Задачи дисциплины:

- изучить основные аспекты научно-биологических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- овладеть системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психической подготовленности, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- способствовать укреплению здоровья, улучшению физического и психического состояния, коррекции телосложения. Результатом решения этой задачи должно стать улучшение физического развития студентов.
- понять социальную значимость физической культуры и её роль в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- способствовать приобретению личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое совершенствование и самовоспитание, привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*знать:*

- роль физической культуры в развитии человека и подготовке специалиста;
- сущность физической культуры в общекультурной и профессиональной подготовке студентов;
- социально-биологические основы физической культуры и спорта;
- основы здорового образа жизни студента;
- особенности использования средств и методов физической культуры для оптимизации работоспособности;
- общую физическую и специальную подготовку студентов в системе физического воспитания

*уметь:*

- индивидуально выбирать вид спорта или систему физических упражнений для своего физического совершенствования;
- применять на практике профессионально-прикладную физическую подготовку студентов

*владеть:*

- личным опытом использования физкультурно-спортивной деятельности для повышения своих функциональных и двигательных возможностей, для достижения личных жизненных и профессиональных целей;
- системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, развитие и совершенствование психофизических способностей

и качеств (с выполнением установленных нормативов по общей физической и спортивно-технической подготовке);

- методиками самостоятельных занятий и самоконтроля над состоянием своего организма.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Основы российской государственности»: сформировать у обучающихся систему знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути Российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи дисциплины:

- представить Россию как государство-цивилизацию в её непрерывном развитии, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;
- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;
- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;
- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;
- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений Российского государства и общества в федеративном измерении;
- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;
- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития.

В результате освоения дисциплины «Основы российской государственности» обучающийся должен:

Знать:

- о цивилизационном характере российской государственности, её основных особенностях, ценностных принципах и ориентирах;
- фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе;
- особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений Российского государства и общества в федеративном измерении;
- о наиболее вероятных внешних и внутренних вызовах, стоящих перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, ключевых сценариях перспективного развития России;

- о ключевых смыслах, этических и мировоззренческих доктринах, сложившихся внутри российской цивилизации и отражающих её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;

- фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (такие как единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития;

- приемы и способы получения актуальной информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.

Уметь:

- адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различия, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям;

- проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;

- аргументированно рассматривать проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера, опираясь на системную модель российского мировоззрения и ценностные константы российской цивилизации.

- находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.

Владеть:

- развитым чувством гражданственности и патриотизма, навыками самостоятельного критического мышления;

- навыками толерантного поведения на основе уважения исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, опирающегося на знание исторического пути России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;

- навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;

- навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера;

- эффективными навыками использования информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп в целях саморазвития и взаимодействия с другими людьми.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Правовое регулирование медиа» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – подготовить специалиста, имеющего профессиональные знания о правовом регулировании в сфере рекламы и связей с общественностью для последующей их реализации в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

- изучить основы правового регулирования в сфере рекламы и связей с общественностью; источники правового регулирования;
- знать требования законодательства к рекламе отдельных видов товаров, способов ее распространения;
- сформировать знания в области надзора в сфере рекламы;
- изучить способы защиты прав потребителей рекламы;
- уметь применять полученные знания в профессиональной деятельности;
- владеть навыками анализа юридических документов.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

- УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- совокупность правовых норм, регулирующих правоотношения в сфере рекламы и связей с общественностью.

Уметь:

- определять правовые нормы, подлежащие применению при решении конкретной задач.

Владеть:

- навыками анализа и толкования правовых документов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиапланирование» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: сформировать у студентов системный теоретико-практический комплекс знаний о процессе медиапланирования в современных корпоративных медиа и обучить владению стратегически важными техниками медиапланирования по поиску, анализу и управлению информацией.

Задачи:

- 1) Сформировать у обучающихся представление о концептуальной оптике на современную медиа среду, в коммуникационном аспекте управления контентом в медиа среде – медиапланировании.
- 2) Развить навыки рефлексии, аналитического мышления в сфере медиа-аналитики для решения тактических и стратегических задач по медиапланированию.
- 3) Сформировать навыки фильтрации информационных массивов и технические навыки оперирования информационными релевантными базами данных.
- 4) Сформировать практические навыки работы в специализированных программах по медиапланированию.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

ПК-1.3. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью.

ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать теоретико-практические основы создания медиа-контента и реализации управления коммуникативной кампанией.

Уметь осуществлять спектр практик по сбору, анализу и творческой переработке релевантных для коммуникационной кампании информационных данных.

Владеть практическими навыками по реализации широкого спектра функций (создание контента, управление контентом) в рамках коммуникационной кампании.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория и практика рекламы» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины «Теория и практика рекламы» заключается в изучении студентами теоретико-концептуальных и практических вопросов разработки рекламной продукции, планирования и проведения рекламных кампаний, оценки их эффективности и формировании стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность, перспективы ее развития.

Задачи дисциплины:

- уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;
- познакомиться с основными концепциями и методами разработки рекламной продукции;
- дать характеристику различным средствам распространения рекламы и их особенностям;
- выявить главные этапы подготовки и планирования рекламной кампании, а также методы оценки ее эффективности;
- рассмотреть роли и функции основных участников и составляющих рекламного процесса;
- получить представление об особенностях рекламной деятельности в различных сферах общественной жизни;
- выработать навыки практического применения полученных знаний по управлению современными рекламными кампаниями;
- определить роль и значение рекламы в современном обществе.

Дисциплина «Теория и практика рекламы» направлена на формирование компетенций:

ПК–2.1. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность

ПК-2.2. Знает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3 Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

В результате освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» обучающийся должен:

*Знать:* базовую терминологию, относящуюся к рекламной деятельности; принципы создания текстов и документов, используемых в сфере рекламы, рекламно-информационных материалов; основы теории рекламы, историю рекламной деятельности (в т.ч. текстовой деятельности), развитие жанрового разнообразия рекламных текстов, категории, связанные с процессом создания рекламных текстов, виды рекламных текстов, содержание деятельности менеджера по рекламе, правила продуцирования рекламных текстов.

*Уметь:* применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения рекламного дела, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию рекламного продукта, планировать и проводить рекламные кампании; применять полученные знания по теории и практике рекламы в целях получения оптимально-эффективного рекламного продукта.

*Владеть:* стандартными методиками поиска, анализа и обработки материала для создания текстов в области рекламы; навыками написания рекламных текстов различных жанров в соответствии с целевой установкой.

По дисциплине «Теория и практика рекламы» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Ивент-коммуникации» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – формирование у студентов компетенций, необходимых для эффективной работы в сфере BTL- услуг.

Задачи дисциплины:

- знать понятие, основные функции и принципы немедийных коммуникаций;
- знать и понимать теоретические основы функционирования каналов BTL коммуникаций;
- формирование компетенций по самостоятельной реализации маркетинговой кампании на всех ее этапах.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные особенности планирования, реализации и оценки эффективности специальных мероприятий;

способы планирования, продвижения, логистики мероприятий в различных сферах.

*Уметь:* дифференцировать понятия "мероприятие" и "событие", анализировать риски и ошибки в организации событий, самостоятельно управлять процессом организации события;

работать со специализированными web-приложениями, позволяющими эффективно управлять событием.

*Владеть:* основными коммуникационными технологиями необходимыми для эффективного проведения специальных мероприятий;

техническими навыками использования специализированных web-сервисов и компьютерных программ.

По дисциплине «Ивент-коммуникации» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Ивент-коммуникации» составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Организация рекламного отдела» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций

Цель дисциплины «Организация рекламного отдела»: изучение студентами процессов организации деятельности рекламного подразделения в современной организации.

Дисциплина «Организация рекламного отдела» направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Знает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

ПК-3.2. Производит организацию сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- основные функции и структуру рекламного подразделения в медиа;
- специфику функционирования рекламного подразделения в медиа

уметь:

– владеть технологиями проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью;

– владеть технологиями проведения специальных мероприятий, акций и мероприятий;

владеть:

- навыками управления рекламным подразделением в медиа
- методологией оценки эффективности отдельных коммуникационных мероприятий и подразделения в целом

По дисциплине «Организация рекламного отдела» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Организация рекламного отдела» составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Коммуникации в социальных сетях» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – формирование у студентов знаний, умений и практических навыков стратегического планирования, разработки и реализации коммуникационных кампаний и мероприятий в социальных сетях.

Задачи дисциплины:

- познакомиться с особенностями работы в социальных медиа;
- овладеть необходимыми навыками и умениями для работы с инструментами SMM;
- разрабатывать, развивать и продвигать страницы в популярных социальных сетях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.

ПК-4. Осуществляет организацию работ по созданию и редактированию контента.

ПК-5. Разрабатывает и реализует различные медиапроекты и медиапродукты.

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

*Знать*: понятийный аппарат по тематике «социальные сети», возможности использования социальных сетей в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику сообществ в социальных сетях; особенности подготовки текстовых, графических, рабочих, презентационных материалов для социальных сетей, основы копирайтинга и оформления рекламных постов, особенности аудитории социальной сети; сущность, содержание, цели, принципы и функции создания и продвижения в социальных сетях.

*Уметь*: формировать цели и задачи коммуникационных кампаний и мероприятий в социальных сетях, использовать технологии продвижения в социальных сетях в зависимости от цели коммуникационной компании; администрировать тематическое сообщество, осуществлять медиапланирование и бюджетирование в социальных сетях, подбирать необходимый контент для продвижения в социальных сетях в зависимости от цели коммуникационной компании; применять технические средства и технологические программы для работы с аудиторией в социальных сетях.

*Владеть*: специальной терминологией, навыками проведения коммуникационной кампании в социальных сетях; техникой подготовки текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках социальных сетей, проводить анализ эффективности; принципами и методами работы с цифровыми технологиями в социальных сетях.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиамаркетинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Медиамаркетинг» являются:

- формирование у студентов комплексного представления о маркетинговых задачах, стоящих перед медиапредприятием в конкурентной среде, а также основных средствах и инструментах их решения; развитие навыков стратегического маркетингового анализа и планирования;

- формирование профессионального подхода к маркетинговым коммуникациям, способности разрабатывать коммуникационные кампании по продвижению медиапредприятий и их продуктов на рынке, анализировать результативность коммуникационных мероприятий, а также понимать их роль и оценивать их вклад в формирование капитала медиабренда;

- формирование и развитие у студентов базовых компетенций в области брендинг.

Задачи дисциплины «Медиамаркетинг»:

- сформировать умение ориентироваться в различных аспектах функционирования СМИ (исторических, экономических, политических, правовых, социальных, психологических, этических, кадровых, профессионально-творческих);

- научить понимать специфические и общие тенденции и перспективы развития мировой медиаиндустрии и уметь использовать эти знания в исследовательской и практической профессиональной деятельности;

- дать общие знания в области медиаэкономики и медиамаркетинга;

- дать представление о методологии разработки CRM-стратегии продвижения компании;

- обучить студентов основам работы с программным обеспечением.

Дисциплина «Медиамаркетинг» направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность.

ПК-3. Способен проходить анализ потребительского поведения, контроль и оценку эффективности коммуникационных мероприятий.

ПК-5. Разрабатывает и реализует различные медиапроекты и медиапродукты.

В результате освоения дисциплины «Медиамаркетинг» обучающийся должен:

Знать: основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий;

понятие медиамаркетинга, его инструменты и технологии; специфику работы конвергентной редакции;

понятие социального и медиа маркетинга, участие журналистов в соответствующих проектах;

- о программах баз данных;

- основные метрики оценки эффективности медиапроектов.

Уметь: обобщать и систематизировать информацию при работе с базами данных, медиа пространством, аналитической информацией;

- оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий;

- применять необходимые инструменты и технологии фокусировано в зависимости от проекта;

- рассчитывать экономические показатели медиапроектов.

- Владеть: навыками применения инструментов и технологий медиамаркетинга в пространстве Интернета и медиа пространстве;

навыками сбора и системного анализа информации; самостоятельного научного исследования медиарынка и его субъектов;

навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций в рекламе и связям с общественностью;

организацией и осуществлением маркетинговой деятельности, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта и оценкой ее эффективности;

навыками бюджетирования медиапроектов.

По дисциплине «Медиамаркетинг» предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой .

Общая трудоемкость освоения дисциплины «Медиамаркетинг» составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продакт плейсмент и киномерчандайзинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель изучения дисциплины состоит в том, чтобы сформировать у студентов системное представление об основных средствах, способах и инструментах, применяемых при использовании технологий продакт плейсмент в рекламных кампаниях; рассмотреть процесс использования технологии PP в художественных произведениях и получить опыт организации данного процесса; ознакомить студентов с основными историческими этапами и тенденциями развития мирового кинематографа и его связью с отечественной и зарубежной рекламой.

Задачи изучения дисциплины:

проявить и охарактеризовать средства и способы применения продакт плейсмент, при помощи которого создается рекламный продукт.

исследовать и систематизировать факторы, которые необходимо учитывать при использовании технологии продакт плейсмент;

определить, каким образом произведенный рекламный продукт в рамках продакт плейсмент будет воздействовать на потребителя;

изучить особенности того, как можно наиболее полно учесть все психофизические факторы использования технологии продакт плейсмент, способные довести потребителя до покупки рекламируемого товара.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

ПК-4.2. Осуществляет агрегацию/интеграцию контента для размещения его в СМИ.

ПК-5.1. Владеет основными технологиями создания медиапродукта (в том числе для цифровых платформ).

В результате освоения дисциплины *обучающийся* должен:

*Знать*: понятийный аппарат по тематике «социальные сети», возможности использования социальных сетей в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий, специфику сообществ в социальных сетях; особенности подготовки текстовых, графических, рабочих, презентационных материалов для социальных сетей, основы копирайтинга и оформления рекламных постов, особенности аудитории социальной сети; сущность, содержание, цели, принципы и функции создания и продвижения в социальных сетях; специфику контента.

*Уметь*: формировать цели и задачи коммуникационных кампаний и мероприятий в социальных сетях, использовать технологии продвижения в социальных сетях в зависимости от цели коммуникационной компании; администрировать тематическое сообщество, осуществлять медиапланирование и бюджетирование в социальных сетях, подбирать необходимый контент для продвижения в социальных сетях в зависимости от цели коммуникационной компании; применять технические средства и технологические программы для работы с аудиторией в социальных сетях; осуществлять агрегацию/интеграцию контента для размещения его в СМИ.

*Владеть*: специальной терминологией, навыками проведения коммуникационной кампании в социальных сетях; техникой подготовки текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках социальных сетей, проводить анализ эффективности; принципами и методами работы с цифровыми технологиями в социальных сетях, технологиями агрегации/интеграции контента для размещения его в СМИ.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц.



## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – сформировать представление о связях с общественностью как основном инструменте маркетинговых коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы связей с общественностью;
- раскрыть сущность и особенности связей с общественностью в системе управления;
- представить описание деятельности служб связей с общественностью;
- дать представление о сетевых ресурсах PR-коммуникаций;
- рассмотреть технологии связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы разработки коммуникационных программ и мероприятий; основные инструменты маркетинговых коммуникаций

*Уметь:* выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач

*Владеть:* методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий; методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Медиапланирование реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: сформировать у студентов стратегический концептуально-прагматический комплекс знаний о процессе медиапланирования в диджитал коммуникациях в современных корпоративных медиа и обучить владению стратегически и тактически важными техниками медиапланирования по поиску, анализу и управлению информацией.

Задачи дисциплины:

1) Сформировать у обучающихся представление о концептуальной оптике на современную диджитал среду, в аспекте управления контентом в диджитал среде – медиапланировании.

2) Развить навыки рефлексии, аналитического мышления в сфере диджитал-аналитики для решения тактических и стратегических задач по медиапланированию.

3) Сформировать навыки поиска и фильтрации информационных массивов, а также технические навыки оперирования информационными базами данных.

4) Сформировать практические навыки работы в специализированных программах по медиапланированию в диджитал среде.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

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

ПК-1.2. Способен осуществлять сбор данных о посетителях сайта, анализировать их с помощью программного обеспечения и формировать на их основе стратегию онлайн-продвижения компании.

ПК-1.3. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта.

ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать теоретико-практические основы создания медиа-контента и реализации управления коммуникативной кампанией.

Уметь осуществлять спектр практик по сбору, анализу и творческой переработке релевантных для коммуникационной кампании информационных данных.

Владеть практическими навыками по реализации широкого спектра функций (создание контента, управление контентом) в рамках коммуникационной кампании.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Создание и продвижение медиабренда» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – подготовить бакалавра, обладающего знаниями о механизме создания, позиционирования и продвижении брендов, формирования марочного капитала, о роли бренда в системе маркетинговой деятельности и профессиональными компетенциями, необходимыми для бренд-менеджмента.

Задачи дисциплины:

сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины;

обосновать роль и место бренда в стратегическом планировании современной компании;

изучить цели и задачи бренд-менеджмента;

рассмотреть принципы и методы оценки эффективности мероприятий брендинга.

Дисциплина направлена на формирование компетенций:

ПК-2.1. Знает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные инструменты маркетинга, применяемые в планировании и реализации коммуникаций бренда

Уметь: планировать осуществлять коммуникации бренда, грамотно используя основные маркетинговые инструменты

Владеть: навыками планирования коммуникаций бренда.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины:

Задачами дисциплины являются формирование компетенций для решения следующих профессиональных задач:

- анализ и исследование существующих методов работы с данными, положенных в основу современных систем Web-аналитики;
- анализ и исследование существующих методов и алгоритмов, положенных в основу современных систем Web-аналитики;
- исследование подходов и архитектурных решений для построения систем Web-аналитики.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-1.2. Способен осуществлять сбор данных о посетителях сайта, анализировать их с помощью программного обеспечения и формировать на их основе стратегию онлайн-продвижения компании.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретико-практические основы создания медиа материалов для проведения коммуникативной кампании.

Уметь: осуществлять спектр практик по генерированию релевантных медиаматериалов.

Владеть: исследовательскими инструментами по сбору, анализу и творческой переработке информационных данных.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы сценарного мастерства» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель изучения дисциплины состоит в качественной подготовке студентов к самостоятельному и творческому выполнению основных, профессиональных функций специалиста – сценариста и режиссера театрализованных представлений и праздников.

Задачи изучения дисциплины:

- сформировать у студентов комплексное представление о специфике работы специалиста - режиссера театрализованных представлений и праздников;
- закрепить навыки самостоятельного творчества, включающих написание сценариев;
- сконцентрировать усилия студентов, их знания, умения, опыт на разработке и постановке театрализованных представлений и праздников.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК 5.1 Создает, обрабатывает, компоует информацию.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* специфику создания, компоновки, обработки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

*Уметь:* применять современные технологии создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

*Владеть:* навыками создания, компоновки, обработки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Делопроизводство и бухучет в медиабизнесе» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель изучения дисциплины заключается в изучение студентами основных принципов и особенностей экономики медиа развитие у них понимания взаимосвязи медиакоммуникаций с другими видами деятельности, экономического мышления, необходимого для понимания и оценки реальных аспектов медиабизнеса, принятия управленческих, финансовых, маркетинговых решений.

Задачи изучения дисциплины:

- усвоение основных понятий и принципов, связанных с функционированием медиакомпаний;

- закрепление знаний и навыков анализа деловых ситуаций, связанных с медиабизнесом, и принятия решений в практической деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-9.1. Понимает экономические законы и их проявления в различных областях жизнедеятельности

ПК-5.3. Осуществляет бюджетирование и рассчитывает экономические показатели медиапроектов/медиапродуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные экономические категории и понятия; сущность и формы организации хозяйственной деятельности; основные методы бюджетирования медиапроектов.

Уметь: ориентироваться в системе показателей результатов хозяйственной деятельности на макро- и микроуровнях; рассчитывать экономические показатели медиапроектов.

Владеть: методами теоретического исследования экономических явлений и процессов, навыками проведения экономического анализа;

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Видео блогинг в коммерческой сфере» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины состоит в овладении принципов и методов формирования блогерской стратегии в Интернет и управления блогосферой, приобретение навыков применения различных техник и приемов по созданию и поддержанию эффективной коммуникации в различных социальных сетях, а также обеспечения соответствующего объема продаж и формирования лояльности покупателей бренду компании посредством видеоблогинга.

Задачи дисциплины:

отработка знаний, умений и навыков подготовки и принятия решений в области создания и управления блогосферой, оптимизации деятельности блогеров бренда в Сети, формирования стратегии и тактики блогерской коммуникации, применения различных PR-технологий для поддержания имиджа компании посредством применения блогосферы;

отработка знаний, умений и навыков подготовки и принятия решений в области разработки и реализации кампаний в блогосфере;

отработка знаний, умений и навыков в решении вопросов организации, планирования и контроля результатов продвижения бренда в блогосфере.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-4. Осуществляет организацию работ по созданию и редактированию контента.

ПК-5. Разрабатывает и реализует различные медиапроекты и медиапродукты.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* особенности подготовки текстовых, графических, рабочих, презентационных материалов для социальных сетей, основы копирайтинга и оформления рекламных постов, особенности аудитории социальной сети; сущность, содержание, цели, принципы и функции создания и продвижения в социальных сетях.

*Уметь:* администрировать тематическое сообщество, осуществлять медиапланирование и бюджетирование в социальных сетях, подбирать необходимый контент для продвижения в социальных сетях в зависимости от цели коммуникационной компании; применять технические средства и технологические программы для работы с аудиторией в социальных сетях.

*Владеть:* техникой подготовки текстовых и графических, рабочих и презентационных материалов в рамках социальных сетей, проводить анализ эффективности; принципами и методами работы с цифровыми технологиями в социальных сетях.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Основы верстки печатных СМИ»:

- сформировать у обучаемого способности к анализу и определению требований дизайн-проекта, правильному использованию рисунков в практике составления композиции, владение шрифтовой культурой, приемами работы с цветом, методами станковой графики, основными правилами верстки (в том числе, при верстке медиапродукта для последующего его размещения на цифровых платформах).

Задачи дисциплины «Основы верстки печатных СМИ»:

- показать влияние научно-технического прогресса на развитие журналистики на примере основных исторических этапов совершенствования техники и технологии СМИ;
- составить представление о технических средствах, применяемых журналистами, в периодических изданиях, телевидении и радиовещании; выявить изменения характера работы журналиста при использовании современной электронной техники;
- познакомиться с особенностями технологических стадий производства печатной продукции;
- объяснить необходимость учета важнейших полиграфических параметров конкретного издания еще на стадии допечатной подготовки;
- изучить основные компоненты газетно-журнальной полосы и правила работы с ними;
- изучить основы дизайна печатной и электронной продукции СМИ;
- разобраться в современных тенденциях дизайна и оформления печатной периодической продукции и электронных СМИ;
- изучить теорию моделирования; овладеть основами макетирования; освоить основы верстки;
- изучить новые возможности техники и технологии вёрстки в издательском деле;
- ознакомить с методами моделирования изданий, с процессом вёрстки газет, еженедельников, журналов, книг.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

*ПК-5.1.* Владеет основными технологиями создания медиапродукта (в том числе для цифровых платформ).

В результате освоения дисциплины «Основы верстки печатных СМИ» обучающийся должен:

*Знать:* технологии создания медиапродукта, объективные и субъективные факторы, определяющие дизайн изданий, структуру и композицию, принципы верстки медиапродукта

*Уметь:* определять оптимальный набор графических средств, для рационального использования их в процессе создания печатного издания (медиапродукта)

*Владеть:* навыками верстки, моделирования, допечатной подготовки, макетирования и, подготовки иллюстраций, навыками практического использования вёрстки в графическом дизайне.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Манипулятивные технологии в медиа» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель курса – формирование медиакомпетентности студентов, как составляющей их профессиональной компетенции, путем овладения теоретическими знаниями, практическими умениями и личностными качествами, обеспечивающими устойчивость к медиаманипуляциям, выражающуюся в адекватном уровне развития когнитивного, практического, мотивационного и эмоционального критериев медиакомпетентности.

Основные задачи курса:

1) Формирование адекватного параметрам медиакомпетентности уровня теоретической подготовленности студентов к сопротивлению манипулятивному влиянию СМИ.

2) Развитие необходимых антиманипулятивных навыков и умений: активности, избирательности в поиске, получении и переработке информации, концентрации внимания, произвольного запоминания медиаинформации, ориентации в медиапотоках; способности критически анализировать, сравнивать, интерпретировать медиатексты, декодировать технологии и техники языковой манипуляции (критическое мышление); способности самостоятельно сравнивать, осмысливать, оценивать, анализировать и интерпретировать медиатекст (критической автономии), относительной скептичности по отношению к СМИ, нестереотипности восприятия.

3) Нейтрализация у обучающихся таких мотивов медиапотребления, как развлечение, мода, привычка, и закрепление таких потребностей в обращении к сетевым СМИ, как получение информации, сопоставление с другими источниками информации и т.д.

4) Выработка у обучаемых адекватного параметрам медиакомпетентности уровня эмоциональной стабильности по отношению к медиатекстам: способность различать эмоциональную и рациональную реакцию при восприятии новостных текстов; купирование «раскачивания» эмоциональной сферы, сенсibilизации и десенсibilизации.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: технологии и методы медиаманипулирования.

Уметь: распознавать и применять в определенных коммуникационных ситуациях методы медиаманипулирования.

Владеть: алгоритмами отбора, применения и защиты от медиаманипулирования.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Техника речи» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины – сформировать представление о технике речи и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных публичных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть сущность и структуру техники речи;
- раскрыть сущность и особенности голоса, дикции, дыхания, ритмики, интонации;
- представить описание упражнений по развитию техники речи;
- отработать публичное выступление.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

*УК-4.1.* Владеет системой норм русского литературного языка и нормами иностранного (-ых) языка (-ов); способен логически и грамматически верно строить коммуникацию, используя вербальные и невербальные средства взаимодействия.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* сущность и структуру техники речи; особенности функционирования элементов техники речи;

*Уметь:* использовать возможности техники речи для решения публичных профессиональных задач;

*Владеть:* методами совершенствования техники речи.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Практикум по эффективной письменной коммуникации» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины:

1. Развитие навыков уверенной и грамотной письменной коммуникации – умения создавать письменные тексты различных жанров, стилей, в различных коммуникативных условиях.
2. Выработка умения обрабатывать письменные тексты (редактировать, сокращать, реферировать) и создавать на их основе оригинальный текст заданного жанра, стиля и объема.
3. Знание различий между устной и письменной коммуникацией, умение преобразовывать запись устной речи в письменный текст.
4. Развитие навыков композиции и логики текста, изложения аргументации в тексте.
5. Развитие навыков стилистической правки текстов.
6. Развитие базовых умений в области официально-деловой коммуникации.

Задачи дисциплины заключаются:

- в знании студентами особенностей письменных коммуникаций как инструмента менеджмента и маркетинга в сфере рекламы и связей с общественностью;
- в содействии освоению студентами технологий осуществления письменных коммуникаций в пространстве социальных коммуникаций, в том числе технологий защиты информации в сети Интернет;
- в обучении студентов практическим навыкам осуществления письменных коммуникаций, включая навыки литературного редактирования, копирайтинга.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от цели и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия

ПК-4.3. Владеет навыками осуществления интеграции/агрегации контента сообразно информационным приоритетам компании

ПК-5.1 Создает, обрабатывает, компоует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах

В результате освоения дисциплины (*модуля*) обучающийся должен:

Знать: основы фонетических, лексических, грамматических, семантических, стилистических норм современного русского языка в целом и особенностей их применения в практике современных СМИ;

Уметь: ориентироваться в психологических и социально-психологических аспектах взаимодействия автора и читателя в разных сферах функционирования письменных текстов основные логических законов и единиц логического анализа; создавать, обрабатывать, компоновать информацию в различных средах и на различных носителях и платформах

Владеть: нормами современной литературной речи, навыками использования электронных баз данных по русскому языку; навыками написания и редактирования текстов в соответствии с индустриальными стандартами.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Техника презентаций» являются:

- формирование у студентов базовых знаний о создании презентаций;
- развитие навыков сбора, анализа, структурирования информации для подготовки презентаций;
- развитие навыков работы со специальным программными средствами и сервисами во время создания собственных презентаций;
- формирование навыков индивидуальной работы при подготовке презентации;
- формирование навыков публичного выступления

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- развитие навыков работы со специальными программными средствами и сервисами во время создания собственных презентаций;
- формирование навыков индивидуальной работы при подготовке презентации;
- формирование навыков публичного выступления.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1.2. Формирует и аргументировано отстаивает собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывает и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Уметь: разрабатывать план презентации, выбирать стиль и придерживаться его в процессе создания итогового продукта (презентации), готовиться к публичному выступлению, публично представлять проект соблюдая план выступления и временные ограничения.

Владеть: навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии; навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика); навыками работы с мультимедийными материалами; технологиями и тенденциями развития общества.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целями освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» являются:

- раскрытие структуры мышления, его законов и правил;
- придание рассуждениям логической стройности, доказательности и результативности;
- овладение практическим умением не допускать логических ошибок в рассуждениях и ситуациях коммуникации;
- видеть ошибки в рассуждениях оппонента;
- умело участвовать в спорах, дискуссиях, дебатах и полемике.

Задачи:

- иметь представление об основных формах мышления, методах формальной логики и способах их использования в аргументации;
- знать законы формальной логики, правила аргументации и доказательства и сферу их применения в профессиональной деятельности;
- уметь пользоваться методы и приемы логического анализа устного и письменного текста для определения его логической правильности;
- формировать практические навыки собственного эффективного логически правильного рассуждения, умения использовать его в ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-1.2. Формирует и аргументировано отстаивает собственную позицию по различным философским проблемам, обосновывает и адекватно оценивает современные явления и процессы в общественной жизни на основе системного подхода.

ПК-3.2. Производит организацию сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции.

*В результате освоения дисциплины обучающийся должен:*

*Уметь:* разрабатывать план презентации, выбирать стиль и придерживаться его в процессе создания итогового продукта (презентации), готовиться к публичному выступлению, публично представлять проект соблюдая план выступления и временные ограничения; применять системный подход к исследованию полученной информации на основе законов и принципов формальной логики.

*Владеть:* навыками выступления перед аудиторией, участия в дискуссии; навыками сравнительного анализа и синтеза (компаративистика); навыками работы с мультимедийными материалами; технологиями и тенденциями развития общества; навыками диалектического и формально-логического мышления для критической оценки информации, формулировки аргументированных выводов и суждений.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины «Адаптация к профессиональной деятельности»: ознакомление студентов с системой социальных, медицинских и психолого-педагогических мероприятий, направленных на оказание помощи молодому человеку в профессиональном образовании с учетом его возможностей, склонностей, интересов, состояния здоровья, а также с учетом образовательной среды университета.

Задачи дисциплины:

– самоанализ образовательных потребностей студентов, возможных трудностей при получении высшего профессионального образования;

– определение содержания и структуры профессионально-важных качеств в выбранной профессиональной сфере; самооценка выделенных студентами профессионально-важных качеств и компетенций; постановка задач на ближайшую и отдаленную перспективу овладения общекультурными и профессиональными компетенциями;

– ознакомление с гражданским, трудовым законодательством, с семейным правом, основными правовыми гарантиями в области социальной защиты, образования и труда инвалидов;

– обучение навыкам составления резюме, умениям использовать ИКТ в самообразовании и подготовке к занятиям;

– развитие навыков саморегуляции.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-6.1. Определяет цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов;

УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.

В результате обучения по дисциплине студент должен:

*Знать:*

- классификации профессий, трудности и типичные ошибки при выборе профессии;
- основополагающие международные документы, относящиеся к правам инвалидов;
- основы гражданского и семейного законодательства;
- основы трудового законодательства, особенности регулирования труда инвалидов;
- основные правовые гарантии инвалидам в области социальной защиты и образования;
- современное состояние рынка труда, классификацию профессий и предъявляемых профессией требований к психологическим особенностям человека, его здоровью;
- функции органов труда и занятости населения.

*Уметь:*

- использовать свои права адекватно законодательству;
- обращаться в надлежащие органы за квалифицированной помощью;
- анализировать и осознанно применять нормы закона с точки зрения конкретных условий их реализации;
- составлять необходимые заявительные документы;
- составлять резюме, осуществлять самопрезентацию при трудоустройстве;
- использовать приобретенные знания и умения в различных жизненных и профессиональных ситуациях;

Владеть:

- простейшими способами и приемами управления собственными психическими состояниями;
- способами поиска необходимой информации для эффективной организации учебной и будущей профессиональной деятельности.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Цель дисциплины «Адаптивные информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности» - повышение общей информационной культуры на основе освоения понятийного аппарата информатики и ИКТ, формирование профессиональных компетенций выпускника, который знает возможности современных компьютеров, и аппаратные, программные средства для людей с ограниченными возможностями и инвалидов, владеет методами сбора, хранения и обработки данных в информационных системах, используемых при подготовке решений в профессиональной деятельности людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.

Задачи: формирование знания, навыков и умений работы с современными компьютерными и программными средствами, включая аппаратные и программные средства для лиц с ограниченными возможностями и инвалидов, при решении прикладных задач в профессиональной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-6.1. Определяет цели собственной деятельности, оценивая пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов;

УК-6.2. Формулирует цели собственной деятельности, определяя пути их достижения с учетом ресурсов, условий, средств, временной перспективы развития деятельности и планируемых результатов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* способы применения информационно-коммуникационных технологий в различных направлениях профессиональной деятельности; назначение и виды информационно-коммуникационных технологий, применяемых для формирования требований к информационной системе предприятия, работающих с лицами с ОВЗ. Инструментарий создания презентаций. Правила создания презентаций; методологию, модели, методы и способы создания информационных систем для лиц с ОВЗ.

*Уметь:* формулировать и осуществлять постановку задач при разработке презентации программного продукта.

*Владеть:* базовыми современными ИКТ в различных направлениях профессиональной деятельности; международными и отечественными стандартами в области информационных систем и технологий для разработки и оптимизации информационных систем, поддерживающих работу лицами с ОВЗ. Навыками и средствами разработки презентаций. Навыками эксплуатации специализированного программного обеспечения.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Сторителлинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины - сформировать представление о сторителлинге как основном инструменте интегрированных коммуникаций и возможностях использования данного инструмента в решении профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретико-методологические основы сторителлинга;
- раскрыть сущность и особенности сторителлинга;
- рассмотреть технологии сторителлинга.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Понимает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Оценивает эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.3. Разрабатывает и реализует основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:* основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основы разработки коммуникационных программ и мероприятий; основные инструменты маркетинговых коммуникаций

*Уметь:* выбирать принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; выбирать основные инструменты маркетинговых коммуникаций в целях решения поставленных задач

*Владеть:* методами отбора принципов стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий; методиками оценки эффективности коммуникационных программ и мероприятий; методиками разработки и реализации инструментов маркетинговых коммуникаций.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Персональный брендинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целью дисциплины является формирование представлений о технологиях формирования персонального брендинга в условиях современного медиапространства.

Задачи дисциплины:

изучение сущности и структуры персонального бренда;

определение инструментов формирования персонального бренда;

развитие представлений о роли персонального бренда в профессиональном самоопределении.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-4.2. Свободно воспринимает, анализирует и критически оценивает устную и письменную общепрофессиональную информацию на русском и иностранном(ых) языке(ах); демонстрирует навыки перевода с иностранного(ых) на государственный язык, а также с государственного на иностранный(ые) язык(и)

ПК -2.2. Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы стратегического планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий; основные модели речевого поведения; основы речевых жанров, актуальных для учебно-научного общения; сущность речевого воздействия, его виды, формы и средства; типы текстов, их характеристики.

Уметь: оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий; использовать стилистические возможности русского языка; продуцировать тексты в устной и письменной форме; анализировать и критически оценивать тексты; находить языковые ошибки и выбирать способы их устранения; определять возможности повышения собственного уровня речевой культуры.

Владеть: навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта; навыками работы с устной и письменной информацией лингвистической и общепрофессиональной направленности; навыками коммуникации в различных ситуациях общения, обеспечивающими эффективность социальных и профессиональных контактов; приемами создания устных и письменных текстов различных жанров в процессе учебно-научного общения.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиаэкономика» позволит обучающемуся умело подготавливать предложения для разработки текущих и перспективных медиапроектов и медиапродуктов.

Цель дисциплины «Медиаэкономика» является формирование понимания особенностей медиарынка и журналистской информации как товара; причин появления предпосылок основания СМИ и проблем собственности на медиарынке; индустрии СМИ в системе рыночных отношений; причины зарождения и особенности функционирования медиамаркетинга/медиаменеджмента и их место в медийной экономике; особенностей движущих сил медиаэкономики; процессов функционирования СМИ в медийном пространстве, их концентрации и финансовое управление в сфере бизнес-моделирования СМИ; медиаизмерений медиопланирования и медиамаркетинговых моделей эффективных СМИ; построения сбалансированного бизнеса-портфеля компании; государственной политики в медиаэкономике и проблем медиаэкономики на растущих и сформированных рынках.

Задачи дисциплины «Медиаэкономика»:

- подготовка обучающихся к профессиональной деятельности в области профессиональной деятельности при взаимодействии со средствами массовой информации, издательствами и полиграфией (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

- решение в сфере медиа таких типов задач, как проектный; маркетинговый; организационный; технологический; редакторский; авторский; к выполнению обобщенных трудовых функций, таких как сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации;

- при участии в разработке различных медиапроектов и медиапродуктов умение работать над содержанием публикаций в СМИ.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-5.3. Осуществляет бюджетирование и рассчитывает экономические показатели медиапроектов/медиапродуктов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику различных средств массовой информации.

Уметь: правильно проводить изучение и анализ собранной информации; готовить рекомендации по оценке целесообразности принятия решений по разработке и внедрению конкретных медиапроектов или медиапродуктов.

Владеть: технологиями целенаправленного бюджетирования и расчета экономических показателей текущих или перспективных медиапроектов/медиапродуктов.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Продвижение в поисковых системах» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой интегрированных коммуникаций и рекламы.

Цель дисциплины: формирование у студентов базовые теоретические и практические знания о продвижении в интернете с возможностью применения полученных знаний и навыков в деятельности коммуникационных агентств и коммуникационных подразделений компаний.

Задачи:

сформировать у студентов навыки использования современного инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента, анализа ключевых показателей эффективности и мониторинга;

сформировать теоретические и практические знания, необходимые для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в интернете;

развить интерес к исследованию рыночных процессов в интернете;

стимулировать творческий подход к работе в области продвижения в интернете.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-1.2. Способен осуществлять сбор данных о посетителях сайта, анализировать их с помощью программного обеспечения и формировать на их основе стратегию онлайн-продвижения компании.

ПК-1.3. Владеет навыками анализа данных, хранящихся в CRM-системах и построения на их основе стратегии продвижения.

ПК-2.1. Знает основные принципы стратегического планирования, и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

ПК-2.2. Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: технологии продвижения в интернете рекламных и PR-проектов; современные социальные сети и мессенджеры; основные понятия интернет-продвижения; инструменты интернет-рекламы.

Уметь: продвигать рекламный продукт в социальных сетях и мессенджерах; использовать возможности социальных сетей в целях реализации PR-проектов; управлять проектами в Интернете; создавать прототип сайта для проекта; подбирать контент; проводить рекламные и PR-кампании в среде Интернет.

Владеть: навыками продвижения рекламного продукта в социальных сетях ВКонтакте, видео хостинге YouTube, WhatsApp; навыками осуществления выбора модели продвижения проекта в Интернете; навыками подготовки кампании медийной и контекстной рекламы.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Написание новостей и репортаж» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: дисциплина направлена на формирование оптимальной коммуникационной среды субъекта PR и обеспечивается созданием информационного потока, созданием ряда сообщений новостного характера.

Задачи дисциплины:

Получить навыки написания и редактирования новостных текстов в соответствии с индустриальными стандартами.

Научиться освещать истории с помощью текстов в различных новостных жанрах.

Научиться работать «в поле» и на пресс-мероприятиях как новостной журналист.

Сформировать представление об информационных агентствах, их видах, оргструктуре и технологиях работы с информацией в них.

Освоить техники написания репортажей с места событий.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК 5.1 Создает, обрабатывает, компоует информацию.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику создания, компоновки, обработки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

Уметь: применять современные технологии создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

Владеть: навыками создания, компоновки, обработки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Longread: методология и инструментарий (на английском языке)» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой культуры мира и демократии.

Цель дисциплины – является освоение профессиональных компетенций, обеспечивающих готовность к работе с текстами в формате Longread, организации методологической работы и освоения необходимого инструментария формата подачи данного текстового контента в интернете.

Задачи дисциплины:

–освоение теоретических основ и практических навыков работы с текстами в формате Longread;

–изучение особенностей формата подачи текстового контента Longread в интернете;

–освоение методов и приемов продвижения текстового контента Longread в интернете;

–изучение методов анализа текстов в формате Longread;

–изучение прикладных методов работы с текстами в формате Longread;

–изучение принципов и методов организации текстов в формате Longread.

Дисциплина (*модуль*) направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-4. Осуществляет организацию работ по созданию и редактированию контента

ПК-4.1 Осуществляет агрегацию/интеграцию контента для наполнения медийных платформ компании

ПК-4.2. Осуществляет агрегацию/интеграцию контента для размещения его в СМИ

ПК-4.3. Способен осуществлять координацию работы по созданию и редактированию контента

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

Знать: прикладные методы агрегацию контента для наполнения медийных платформ компании; инструментарий агрегации контента для размещения его в СМИ; прикладные методы координации работы по созданию и редактированию контента в формате Longread;

Уметь: использовать прикладные методы агрегации контента для наполнения медийных платформ компании; использовать инструментарий агрегации контента для размещения его в СМИ; использовать прикладные методы координации работы по созданию и редактированию контента в формате Longread;

Владеть: способностью применения методов агрегации контента для наполнения медийных платформ компании; инструментариум агрегации контента для размещения его в СМИ; способностью применения методов координации работы по созданию и редактированию контента в формате Longread.

По дисциплине (модулю) предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Технологии работы с фотографией» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель курса: изучение, как теоретических вопросов фотоискусства, так и овладение практическими навыками фотосъемки, развитие креативного мышления, овладение ключевыми понятиями и концепциями фотоискусства с учетом современного уровня представления о них, изучение теории фотографии для проведения анализа фотографических изображений.

Задачи курса:

изучить историю развития представлений о природе и выразительных возможностях фотографического изображения;

изучить современные концепции истории и теории фотографии;

изучить современные концепции с учетом развития цифровых технологий;

изучить развитие теоретического и исторического мышления на материале новейшей арт-фотографии в контексте художественной традиции XIX- начала XXI в.в.

проводить анализ фотографического изображения на основе современной теории фотографии;

проводить научные изыскания в области новейшей истории фотографии и визуального искусства.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК 5.1 Создает, обрабатывает, компоует информацию.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику создания, компоновки, обработки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

Уметь: применять современные технологии создания, обработки, компоновки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

Владеть: навыками создания, компоновки, обработки информации в различных средах и на различных носителях и платформах.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Основы инфографики» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Целью дисциплины является приобретение знаний и умений по применению методов компьютерной графики и дизайна в информационном дизайне и профессиональной деятельности.

Задачами дисциплины являются формирование у обучающихся навыков компьютерной грамотности, компьютерной графики; работы с объектами растровой и векторной графики, выполнения поиска информации в открытых ресурсах, в том числе и поиск по изображениям.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-4.1. Осуществляет агрегацию/интеграцию контента для наполнения медийных платформ компании.

ПК-4.2. Осуществляет агрегацию/интеграцию контента для размещения его в СМИ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику контента; виды контента для наполнения медийных платформ компании.

Уметь: осуществлять агрегацию/интеграцию контента для размещения его в СМИ; осуществлять агрегацию/интеграцию контента для наполнения медийных платформ компании.

Владеть: технологиями агрегации/интеграции контента для размещения его в СМИ; технологиями агрегации/интеграции контента для наполнения медийных платформ компании.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Контекстная и таргетированная реклама» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: формирование у студентов представления о возможностях контекстной и таргетированной рекламы в Интернете, инструментах их планирования, реализации и оценки эффективности рекламных кампаний в сети Интернет.

Задачи:

- получение студентами знаний о технологиях контекстной и таргетированной рекламе и возможностях ее использования при реализации рекламных кампаний в сети Интернет;

- приобретение студентами умений по разработке различных видов контекстной и таргетированной рекламы и оценке ее эффективности.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: специфику разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

Уметь: разрабатывать и реализовывать основные инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

Владеть: навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *зачета*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Influence-маркетинг» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цель дисциплины: формирование базовых теоретических и практических знаний, необходимых для разработки, анализа, планирования и продвижения проектов за счет взаимодействия с инфлюенсерами.

Задачи:

овладение теоретическими аспектами influence-маркетинга;  
выработка представления об основных методиках работы с инфлюенсерами;  
помощь в формировании самостоятельного мышления у студентов при разработке influence-маркетинговой стратегии.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2.1. Знает основные принципы стратегического планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий;

ПК -2.2. Умеет оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий;

ПК-2.3. Владеет навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы стратегического планирования и реализации коммуникационных программ и мероприятий.

Уметь: оценивать эффективность коммуникационных программ и мероприятий.

Владеть: навыками разработки и реализации основных инструментов маркетинговых коммуникаций: рекламы, связей с общественностью, личных продаж, директ-коммуникаций, стимулирования сбыта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.