

УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
(ФИЛИАЛ) ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФСОЮЗОВ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»

Аннотации учебных дисциплин ОПОП

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) подготовки

Реклама и связи с общественностью в социальной сфере

Квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения
очная

Челябинск – 2016

№ п.п.	Наименование дисциплины, основные разделы	Трудо-емкость	Форма контроля
		зач. ед./сем.	
1	2	3	4
Б.1 Дисциплины (модули)			
Б1.Б БАЗОВАЯ ЧАСТЬ			
Б1.Б.1	<p>Русский язык и культура речи</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель: – повышение уровня коммуникативной компетенции, совершенствование умения использовать языковые средства в типичных для будущей профессиональной деятельности речевых ситуациях.</p> <p>Задачи: – развить знание структурных и функциональных особенностей русского языка; – развить культуру устной и письменной речи; – развить навыки анализа речевого поведения; – способствовать формированию открытой для общения личности.</p> <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. Владение русским языком в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-5.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать: – основные разделы и проблемы теоретического языкознания; – формы и способы мышления; – виды и правила речевого этикета и ведение диалога, законы композиции и стиля, приемы убеждения; – формы речи, ее разновидности; – особенности функциональных стилей русского языка; – содержание речевой деятельности, ее структуру и разновидности;</p> <p>б) уметь: – логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; – корректно использовать основные функции языка и речи; – логично и лаконично излагать нужный лингвистический материал; – четко выражать свои мысли, прибегать к конкретизации и обобщению; – анализировать и совершенствовать свою речь;</p> <p>в) владеть: – культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения; – знаниями о языковых универсалиях и факторах, влияющих на развитие языка.</p>	4	Экзамен

Б1.Б.2	<p style="text-align: center;">Иностранный язык</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем иноязычной коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях культурной и бытовой сфер деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расширение кругозора и повышение общей гуманитарной культуры студентов; – воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов; – развитие когнитивных и исследовательских умений с использованием ресурсов на иностранном языке; – развитие информационной культуры; – повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося: владение иностранным языком в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-5. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – иностранный язык в объеме, необходимом для получения информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем уровне; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать полученные иноязычные знания в межличностном общении; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – иностранным языком на уровне не ниже разговорного. 	10	Зачет Экзамен
Б1.Б3	<p style="text-align: center;">История.</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса с акцентом на изучение истории России. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать основные общекультурные компетенции, направленные на овладение культурой мышления, способность логически мыслить, анализировать, обобщать и оценивать исторические события и процессы; – показать значение истории для общества, формирование и эволюцию исторических понятий и категорий; – выявить актуальные проблемы исторического развития России, на примерах из различных эпох показать органическую взаимосвязь российской и мировой истории; – осознать историческое место России и выбор пути развития на современном этапе. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. Владение историческим знанием в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате</p>	4	Экзамен

	<p>освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-2. В результате изучения дисциплины обучающийся должен: а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные направления, проблемы, теории и методы истории; – движущие силы и закономерности исторического процесса; – место человека в историческом процессе, политической организации общества; – различные подходы к оценке и периодизации всемирной и отечественной истории; – основные этапы и ключевые события истории России и мира с древности до наших дней; – выдающихся деятелей отечественной и всеобщей истории; – важнейшие достижения культуры и системы ценностей, сформировавшиеся в ходе исторического развития; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – логически мыслить, вести научные дискуссии; – работать с разноплановыми источниками; – осуществлять эффективный поиск информации и критики источников; – получать, обрабатывать и сохранять источники информации; – преобразовывать информацию в знание, осмысливать процессы, события и явления в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма; – формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории; – соотносить общие исторические процессы и отдельные факты; – выявлять существенные черты исторических процессов, явлений и событий; – извлекать уроки из исторических событий и на их основе принимать осознанные решения; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – представлениями о событиях российской и всемирной истории, основанными на принципе историзма; – способностью объяснить сущность исторических явлений, событий, процессов; – навыками анализа исторических источников; – приемами ведения дискуссии и полемики. 		
<p>Б1.Б.4</p>	<p style="text-align: center;">Культурология</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование представления о феномене культуры как специфическом человеческом способе познания и самопознания, как процессе и результате преобразующей деятельности человека. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование мировоззрения студентов, понимания проблем современного общества, терпимости и уважения к другим культурам; – формирование способности анализировать социально значимые проблемы и процессы в обществе с учётом особенностей его прошлой и настоящей культуры; – развитие умения логически верно, ясно и аргументированно излагать собственную позицию по различным аспектам развития культуры; – формирование и овладение базовым категориальным 	<p style="text-align: center;">2</p>	<p style="text-align: center;">Зачет</p>

	<p>аппаратом, использование основных положений и методов культурологии при решении социальных и профессиональных задач.</p> <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Культурология», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения гуманитарных дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у обучаемых общекультурных (ОК) компетенций: ОК-6, ОК-7.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности формирования культурологии как науки; – структуру культурологического знания, ее место и роль в современной жизни; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – объяснить феномен культуры; – применять понятия культурологии для анализа социальных явлений и процессов, прогнозирования возможного их развития в будущем; – ставить цель и выбирать пути её достижения; – работать в кооперации с коллегами в коллективе; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками формулировать и верно, ясно, аргументированно излагать собственное видение проблем культуры и путей их решения; – способностью к обобщению, анализу, восприятию культурологической информации. 		
<p>Б1.Б.5</p>	<p style="text-align: center;">Психология</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать систему психологических знаний, необходимых для успешной профессиональной деятельности и саморазвития. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – познакомить с основными направлениями развития психологической науки; – овладеть понятийным аппаратом, описывающим познавательную, эмоционально-волевую, мотивационную и регуляторную сферы психического, проблемы личности, мышления, общения и деятельности, образования и саморазвития; – развить умение анализа профессиональных и учебных проблемных ситуаций, организации профессионального общения и взаимодействия, принятия индивидуальных и совместных решений; – научить осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>Владение знаниями, умениями и готовностями в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурных (ОК) компетенций: ОК-6, ОК-7.</p>	<p style="text-align: center;">2</p>	<p style="text-align: center;">Зачет</p>

	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные функции психологии как науки и сферы применения психологических знаний в профессиональной деятельности; – основные психологические функции и их физиологические механизмы, соотношение природных и социальных факторов в становлении психики; – закономерности становления и развития индивидуально-психологических особенностей человека, эмоционально-волевой и потребностно-мотивационной сфер; – структуру личности, основные психические механизмы функционирования и развития личности в различных видах деятельности; – особенности протекания психологических процессов в социальных группах, особенности межличностных отношений и общения; – основные методы психологического изучения личности и коллектива и способы представления полученных результатов; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать понятийно-категориальный аппарат психологии и результаты психологического анализа в интересах профессиональной деятельности и личностного роста; – применять методы и средства познания для интеллектуального развития, повышения культурного уровня, профессиональной компетентности; – давать психологическую характеристику личности, интерпретацию собственных психических состояний; – анализировать основные закономерности индивидуальной и групповой деятельности; – оценивать уровень собственных психологических знаний и определять потребность в дальнейшем обучении; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения; – основами современной психологической культуры; – методиками саморегуляции основных психологических функций в различных условиях деятельности; – навыками работы с учебной и научной психологической литературой, с материалами конкретных психологических исследований по тематике, близкой к профилю подготовки студентов. 		
Б1.Б.6	<p style="text-align: center;">Социология</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания о структуре и динамике социальной системы. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об истории социологии как специфической формы понимания общественных процессов; – формирование представления об основных разделах современной социологии и актуальных социологических проблемах; – овладение базовым категориальным аппаратом, принципами и приемами социологического познания; – формирование умения логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по важнейшим социальным проблемам. 	3	Экзамен

	<p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Социология», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Философия», «История», «Основы социального государства», «Политология», «Культурология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развития основных общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-7, ПК-10.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю социологического знания; – структуру социологического знания; – основные методы и приемы социологического анализа; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать методы социологического анализа и экспериментального исследования; – применять понятия социологии для анализа социальных процессов и явлений; – формулировать и аргументированно излагать собственное видение проблем и способов их разрешения; – занимать определенную гражданскую позицию, уметь критически оценивать социальные процессы и явления; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа социальных процессов и явлений; – навыками применения методов социологического исследования; – основами формирования социальных отношений. 		
Б1.Б.7	<p style="text-align: center;">Философия</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование представления о специфике философского знания, о месте и роли философии в системе культуры, ее познавательных, мировоззренческих и методологических функциях. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об истории философской мысли как формы интеллектуальной свободы и типа коммуникации; – формирование представления об основных разделах современного философского знания, философских проблемах; – овладение базовым категориальным аппаратом, принципами и приемами философского познания; – развитие навыков критического восприятия и оценки источников информации; – формирование умения логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным проблемам. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Философия», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История», «Культурология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и</p>	4	Экзамен

	<p>развитие общекультурных (ОК) компетенций: ОК-1, ОК-7.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику философии как формы культуры; – структуру философского знания, его место и роль в современной жизни; – основные методы и приемы философского анализа проблем; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять понятия философии для анализа социальных процессов и явлений; – формулировать и аргументированно излагать собственное видение проблем и способов их разрешения, объяснять сущность явлений, занимать определенную гражданскую позицию, критически относиться к себе; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками формулировать, излагать и аргументировать мысль; – навыками критического анализа источников информации; – навыками использования основных принципов философского знания при решении социальных и профессиональных задач. 		
Б1.Б.8	<p style="text-align: center;">Экономика</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование научного экономического мировоззрения, систематизированных знаний об экономических явлениях и процессах, о закономерностях поведения хозяйствующих субъектов в условиях современной рыночной экономики. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – освоить базовые понятия и категории экономической теории; – сформировать знание об основах мировой и российской экономики; – сформировать знание о закономерностях функционирования экономики на микро- и макроуровне; – познакомить с методами и приемами анализа экономических явлений и процессов. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>Владение знаниями, умениями и готовностями в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие общекультурных (ОК) компетенций: ОК-3.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и категории экономической теории; – закономерности функционирования мировой и российской экономики; – закономерности функционирования экономики на микро- и макроуровне; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать экономические явления; – собирать, обобщать и анализировать экономическую информацию; – оценивать тенденции общественного развития, анализировать результаты деятельности экономических субъектов; – оценивать экономическую эффективность 	3	Экзамен

	<p>профессиональной деятельности;</p> <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами и приемами анализа экономических явлений и процессов; – современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей, характеризующих экономические процессы и явления на микро- и макроуровнях. 		
Б1.Б.9	Математика и статистика		
Б1.Б.9.1	<p>Математика</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучение основным понятиям, положениям и методам курса математики, навыкам построения математических доказательств путем непротиворечивых логических рассуждений, методам решения задач. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучение работе с основными математическими объектами, понятиями, методами; – обучение методам дифференциального и интегрального исчисления, методам интегрирования и исследования дифференциальных уравнений первого порядка и их систем, уравнений, допускающих понижение порядка, методам решения линейных дифференциальных уравнений, решения систем дифференциальных уравнений, функционального и комплексного анализа, также знакомство с различными приложениями этих методов; – научить использовать основные понятия и методы линейной алгебры, научить употреблять математическую символику, научить аналитическому и численному решению алгебраических уравнений и систем, привить навыки использования основных приемов обработки экономических данных. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Математика и статистика. Математика», относятся знание элементарной математики: алгебры, элементарных функций.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) компетенций:</p> <p>ОПК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и методы линейной алгебры; – математические модели простейших систем и процессов в экономике; – методы вычисления определителей, решения систем линейных уравнений, дифференцирования и интегрирования, исследования функций одного и многих переменных; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять полученные знания по математике при изучении других дисциплин; – использовать математические методы в прикладных задачах профессиональной деятельности; – составлять уравнения прямых на плоскости и в пространстве плоскостей, кривых и поверхностей второго 	2	Зачет

	<p>порядка, дифференцировать и интегрировать, строить графики функций одного переменного, исследовать функции одного и нескольких переменных на экстремум, исследовать сходимость рядов, решать задачи по теории функций комплексного переменного, основам функционального анализа;</p> <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами аналитического и численного решения алгебраических уравнений и систем; – навыками применения современного математического инструментария для решения экономических задач, использования основных приемов обработки экспериментальных данных. 		
<p>Б1.Б.9.2</p>	<p style="text-align: center;">Статистика</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование представлений о методах, моделях и приемах, позволяющих описывать явления и процессы, протекающие в условиях стохастической неопределённости. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изложение основ теории вероятностей; – изучение классических и специальных законов распределения случайных величин; – обучение основам статистического моделирования, методам обработки и анализа статистических данных. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Математика и статистика. Статистика», необходимы знания дисциплин: «Математика и статистика. Математика», «Экономика».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных компетенций: ПК-11. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – законы алгебры случайных событий; – разновидности случайных величин и их характеристики; – основные законы распределения случайных величин; – суть закона больших чисел; – основные понятия, связанные со случайными процессами; – основы статистического метода исследования явлений; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – вычислять вероятность случайного события; – вычислять числовые характеристики случайных величин; – применять аппарат цепей Маркова к описанию случайных процессов; – получать графическое изображение вариационных рядов; – вычислять выборочные величины; – находить точечные оценки вероятности, математического ожидания, дисперсии; – пользоваться методом доверительных интервалов; – выдвигать и проверять простейшие статистические гипотезы; – применять корреляционно-регрессионный анализ данных; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – различными методами определения вероятности события; – графическим, табличным и аналитическим методами представления распределений случайных величин; 	<p style="text-align: center;">4</p>	<p style="text-align: center;">Экзамен</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – методами анализа состояний цепей Маркова; – методами статистического оценивания, статистических гипотез, корреляционного и регрессионного анализа. 		
Б1.Б.10	<p align="center">Компьютерные технологии и информатика</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знаний об основах компьютерных технологий и навыков применения современных информационно-коммуникационных технологий в профессиональной деятельности. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение теоретических основ компьютерных технологий; – изучение теоретических основ информатики; – приобретение навыков использования прикладных систем для обработки данных различных типов, используемых в профессиональной деятельности. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Компьютерные технологии и информатика», необходимы знания, умения и готовности, сформированные при изучении дисциплины «Математика и статистика. Математика».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) компетенций: ОПК-6.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия, методы и приемы информатики; – основные понятия, методы и приемы компьютерных технологий; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения; – создавать базы данных; – использовать ресурсы Интернет; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методами работы на ПЭВМ с прикладными программными средствами; – навыками составления статистических отчетов; – навыками работы в сети Интернет. 	6	Зачет Экзамен
Б1.Б.11	Модуль 1. Коммуникология		
Б1.Б.11.1	<p align="center">Основы теории коммуникации</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знаний о сущности, структуре и функциях коммуникации в социальной системе. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение генезиса и основных моделей коммуникации; – изучение основных каналов, средств и методов коммуникации; – изучение процесса коммуникации; – овладение способами разрешения коммуникативных конфликтов. <p>2. Требование к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Модуль 1. Коммуникология: Основы теории</p>	9	Зачет Экзамен

	<p>коммуникации», относятся знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Психология», «Русский язык и культура речи», «Журналистика».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-6, ОПК -3, ОПК-6, ПК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - историю возникновения основных типов коммуникации; - основные понятия, теоретические модели и направления коммуникологии; - основные принципы, формы и каналы коммуникации; - структуру и содержание коммуникативного процесса; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - оперировать понятийным аппаратом теории коммуникации; - квалифицировать формы и каналы коммуникации; - применять средства коммуникации; - выявлять причины коммуникационных конфликтов; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа коммуникативных процессов; - навыками использования средств и методов коммуникации; - навыками общения, умением устанавливать, поддерживать и развивать межличностные, деловые отношения; - навыками кооперации с коллегами, работы в коллективе; - навыками под контролем планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия. 		
<p>Б1.Б.11.2</p>	<p style="text-align: center;">Социология массовых коммуникаций</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование знаний о сущности, структуре и функциях массовой коммуникации, социологических методах исследования массовой коммуникации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение моделей и видов массовой коммуникации; - изучение факторов массовой коммуникации в условиях модернизации; - изучение динамики массовой коммуникации на основе методов социологии; - изучение основных субъектов массовой коммуникации; - формирование навыков анализа общественного мнения. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Модуль 1. Коммуникология: Социология массовых коммуникаций», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплины «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-4, ОПК-5, ПК-7, ПК-10.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - предмет социологии массовой коммуникации; - генезис форм массовой коммуникации; 	<p style="text-align: center;">8</p>	<p style="text-align: center;">Зачет Экзамен</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - качественные и количественные характеристики процессов массовой коммуникации; - характеристику основных субъектов массовой коммуникации; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать социально значимые явления и процессы массовых коммуникаций; - определять качественные и количественные характеристики процессов массовой коммуникации - проводить анализ общественного мнения; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методикой социологического анализа явлений массовой коммуникации; - техникой проведения опросов общественного мнения; - навыками анализа научно-практической информации по проблемам массовой коммуникации. 		
<p>Б1.Б.11.3</p>	<p style="text-align: center;">Психология массовых коммуникаций</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - дать представление о феномене массовой коммуникации в контексте психологического знания и способствовать формированию системы знаний об эффективных методах взаимодействия с массовой аудиторией. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - освоение основных понятий и теоретических основ психологии массовой коммуникации, формирование компетентности в понимании и объяснении социально-психологических феноменов массовой коммуникации; - овладение приемами и методами социально-психологического исследования массовой коммуникации; - формирование умения применять знания в области психологии массовых коммуникаций при решении профессиональных задач. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Модуль 1. Коммуникология: Психология массовых коммуникаций», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Психология», «Социология», «Основы теории коммуникации», «Модуль 1. Коммуникология: Социология массовых коммуникаций», «Модуль 1. Коммуникология: Теория и практика массовой информации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-4, ОПК-5, ПК-7.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные положения и методы психологической науки в исследовании массовой аудитории; - психологические основы массовой коммуникации, сущность и значение информации как фактора массовой коммуникации; - методiku и технику проведения опросов общественного мнения и фокус-групп; - психологические особенности межгрупповых отношений; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализировать социально значимые проблемы и процессы с точки зрения психологии массовых коммуникаций; - учитывать специфику психологии массовых коммуникаций 	<p style="text-align: center;">8</p>	<p style="text-align: center;">Зачет Экзамен</p>

	<p>при соблюдении основных требований информационной безопасности;</p> <ul style="list-style-type: none"> - учитывать психологические характеристики целевой аудитории в профессиональной деятельности; - устанавливать, поддерживать и развивать межличностные, деловые отношения; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками использования основных положений психологии массовых коммуникаций при решении социальных и профессиональных задач; - техникой проведения опросов общественного мнения и фокус-групп при решении психологических задач; - базовыми навыками общения с представителями различных целевых аудиторий. 		
Б1.Б.11.4	<p align="center">Теория и практика массовой информации</p> <p>1. Цель и задача дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - приобретение теоретических знаний и практических навыков в области массовой информации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить историю развития массовой информации; - изучить структуру и функции современных каналов массовой информации; - сформировать навыки взаимодействия со средствами массовой информации. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Модуль 1. Коммуникология Теория и практика массовой информации», относятся знания, умения и навыки обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Психология», «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ПК-7, ПК-11.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - историю развития массовой информации; - сущность и значение массовой информации в развитии современного общества; - структурные компоненты информации и массовой информации; - специфику работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - квалифицировать социально значимые проблемы и процессы на основе анализа средств массовой информации; - работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; - работать в пресс-центрах и пресс-службах государственных и коммерческих структур; - проводить коммуникационные кампании и мероприятия в соответствии с целями и задачами организации; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основными методами сбора, хранения и переработки информации; - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и 	9	Зачет Экзамен

	<p>мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> - способами и методами создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; - навыками обеспечения внутренней и внешней коммуникации. 		
Б1.Б.12	Модуль 2. Интегрированные коммуникации		
Б1.Б.12.1	<p>Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение основных аспектов теории и практики интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью). <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить содержание понятия «интегрированные коммуникации»; - рассмотреть PR как компонент интегрированных коммуникаций в различных сферах деятельности; - рассмотреть рекламу как компонент интегрированных коммуникаций в различных сферах деятельности; - рассмотреть специфику социальной рекламы; - изучить принципы создания и организации специального события как инструмента интегрированных коммуникаций. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения данной дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ПК-6, ПК-12, ПК-13, ПК-14.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные составляющие интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью); - основные термины интегрированных коммуникаций; - основные теории интегрированных коммуникаций; - основные технологии в сфере рекламы; - основные технологии в сфере связей с общественностью; - основные этапы разработки и организации специального события как технологии интегрированных коммуникаций; - специфику социальной рекламы; - историю рекламы и связей с общественностью; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ориентироваться в актуальных проблемах теории и практики интегрированных коммуникаций; - применять на практике основные технологии интегрированных коммуникаций; - сочетать инструменты продвижения компании, организации, формирования имиджа; - проводить SWOT-анализ; - работать со СМИ; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - понятийно-категориальным аппаратом; - навыками самостоятельной работы в сфере событийного маркетинга; - навыками самостоятельной работы со средствами 	4	Экзамен

	массовой коммуникации; навыками работы с информационными ресурсами.		
Б1.Б.13	Модуль3. Менеджмент		
Б1.Б.13.1	<p align="center">Основы менеджмента</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить общую теорию управления, закономерности управления системами, концепции менеджмента и функции менеджмента. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить тенденции развития менеджмента, закономерности управления социально-экономическими системами, применение ситуационного и системного подходов к менеджменту; - изучить процесс управления как единого механизма функций менеджмента, принятие управленческих решений, коммуникаций, методов и принципов функционирования этого механизма; - изучить качества, роли менеджера и требования к менеджерам; - освоить знания, умения и навыки эффективного менеджера; - освоить навыки практического менеджмента. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «Экономика», «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных (ПК) компетенций: ПК-1, ПК-2, ПК-3.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - историю и основные теории менеджмента, - основные управленческие функции (планирование, организация, координация, учет, контроль, принятие решений, лидерство, мотивация, адаптация) и методы их реализации; - основы бизнес-процессов; - основы бренд-менеджмента; - основы менеджмента и маркетинга; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - кооперироваться с коллегами, работать в коллективе; - находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и нести за них ответственность; - оперативно принимать решения, в том числе в кризисных ситуациях; - вырабатывать нестандартные решения; - ориентироваться в соотношении административных, правовых и экономических методов управления хозяйственной и коммуникационной деятельностью; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками планирования и контроля организационных процессов; - методами руководства производственно-творческим коллективом; - технологиями разрешения конфликта. 	4	Экзамен
Б1.Б.13.2	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	4	Экзамен

	<p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование теоретических знаний и практических навыков по проектированию организационных структур в сфере рекламы и связей с общественностью и организации работы отдела по рекламе и связям с общественностью. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания о создании организационной структуры подразделений по рекламе и связям с общественностью на основе научных принципов и современной практики; – закрепление навыков и умений в исследовательском, аналитическом, творческом сегменте деятельности специалистов в области рекламы и связей с общественностью; – овладение методами и приемами, применяемыми при планировании и при оценке эффективности работы отдела по рекламе и связям с общественностью; – развитие навыков организации и проведения рекламных, информационных, пропагандистских кампаний. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Модуль 3. Менеджмент: Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Модуль 3. Менеджмент: Основы менеджмента», «Теория и практика связей с общественностью».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ПК-1, ПК-13, ПК-14, ПК-15, ПК-16.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы, правила и порядок организации работы отдела по рекламе и связям с общественностью; – методы и приемы, применяемые специалистами при планировании и программировании работы отдела по рекламе и связям с общественностью, при работе с целевыми аудиториями и оценке эффективности работы отдела; – основные функции и должностные обязанности специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, механизм взаимодействия с топ-менеджментом предприятия; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью в организации профессиональной деятельности; – осуществлять рекламные, информационные, пропагандистские кампании и мероприятия, проводить социологические исследования в конкретной предметной области; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов; – методами и приемами, применяемыми при планировании и программировании работы отдела по рекламе и связям с общественностью, при работе с целевой аудиторией, оценке 		
--	--	--	--

	<p>эффективности работы отдела по рекламе и связям с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности отдела рекламы и связей с общественностью. 		
Б1.Б.14	Модуль 4. Маркетинг		
Б1.Б.14.1	<p>Основы маркетинга</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приобретение основ теоретических знаний и практических навыков в маркетинговой деятельности. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознакомить с теоретическими и практическими задачами маркетинга; – ознакомить с теоретическими и практическими задачами маркетинговой деятельности в области рекламы и связей с общественностью. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Модуль 4. Маркетинг: Основы маркетинга», относятся знания, умения и навыки обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Экономика», «Модуль 3. Менеджмент: Основы менеджмента».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-3, ПК-9, ПК-15. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность и значение маркетинга в экономической составляющей современного общества; – теоретические основы маркетинговой деятельности; – структурные компоненты маркетинговой деятельности, их функциональные задачи; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – составлять прогноз развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей; – анализировать социально значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе с целью их использования при планировании маркетинговых мероприятий; – проводить маркетинговые компании; – разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты; – планировать и проводить социологические исследования в области маркетинга; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками организации и проведения исследований; – навыками работы в маркетинговом отделе; – основными методами сбора, хранения и переработки информации, необходимой для маркетинговой деятельности; – способами и методами межличностного общения для проведения маркетинговых кампаний. 	4	Экзамен
Б1.Б.14.2	<p>Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в связях с общественностью</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приобретение основ теоретических знаний и практических навыков в области маркетинговых исследований. 	4	Экзамен

	<p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознакомить с теоретическими и практическими задачами маркетинговых исследований; – ознакомить с теоретическими и практическими целями и задачами маркетинговых исследований в области рекламы и связей с общественностью. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ», относятся знания, умения и навыки обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Экономика», «Модуль 3. Маркетинг: Основы маркетинга».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных (ПК) компетенций: ПК-1, ПК-9.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность и задачи маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности; – способы и методы сбора информации для проведения маркетинговых исследований; – цели и задачи маркетинговых исследований; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить маркетинговые исследования; – разрабатывать и реализовывать маркетинговые проекты; – планировать и проводить социологические исследования в области маркетинга; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методами сбора, хранения и переработки информации необходимой для проведения маркетинговых исследований; – способами и методами межличностного общения для проведения маркетинговых исследований; – навыками организации и проведения полевых маркетинговых исследований. 		
<p>Б1.Б.15</p>	<p align="center">Безопасность жизнедеятельности</p> <p>1. Цель и задачи усвоения дисциплины:</p> <p>Цель:</p> <p>- освоение теоретических знаний в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, приобретение умений применять эти знания в профессиональной и иной деятельности, формирование необходимых компетенций.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приобретение знаний и умений, необходимых для создания комфортного (нормативного) состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; – приобретение знаний и умений, необходимых для идентификации негативных воздействий среды обитания естественного, техногенного и антропогенного происхождения; – приобретение знаний и умений, необходимых для разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий; – приобретение знаний и умений, необходимых для обеспечения устойчивости функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях; – приобретение знаний и умений, необходимых для принятия решений по защите производственного персонала и 	<p align="center">2</p>	<p align="center">Зачет</p>

	<p>населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий и применения современных средств поражения, а также принятия мер по ликвидации их последствий.</p> <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося: К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности», относятся знания, умения и навыки обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Экономика», «Психология», «Социальная экология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОК-9.</p> <p>В результате освоения дисциплины студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные техносферные опасности, их свойства и характеристики, характер воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду, методы защиты от них применительно к сфере своей профессиональной деятельности; – правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности; – социальные и медицинские опасности; основы противодействия терроризму; – основные понятия, термины и определения по вопросам прогнозирования, предотвращения и управления безопасностью в чрезвычайных ситуациях в процессе ликвидации их последствий; нормативные и правовые документы по ГО и РСЧС; влияние на человека, здания и сооружения, технику, инфраструктуру региона и экономику в целом. <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать нормативные правовые документы для обеспечения безопасности жизнедеятельности; – идентифицировать основные опасности среды обитания человека, оценивать риск их реализации, выбирать методы защиты от опасностей применительно к сфере своей профессиональной деятельности и способы обеспечения комфортных условий жизнедеятельности; – использовать основные методы защиты производственного персонала и населения от последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий. <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – законодательными и правовыми актами в области безопасности и охраны окружающей среды, требованиями к безопасности технических регламентов в сфере профессиональной деятельности; – способностью оперативно принимать решения, в том числе в кризисных (чрезвычайных) ситуациях; – новыми методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий; – навыками рационализации профессиональной деятельности с целью обеспечения безопасности и защиты окружающей среды. 		
Б1.Б.16	<p align="center">Физическая культура</p> <p>1. Цель и задачи усвоения дисциплины: Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать физическую культуру личности, 	2	Зачет

	<p>способность направленного использования средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – воспитать потребность в физическом совершенствовании, систематических занятиях физической культурой и спортом; – сформировать знания по основам теории и методики физической культуры и спортивной тренировки; – содействовать укреплению здоровья студентов, правильному формированию и гармоничному развитию организма, привитию навыков здорового образа жизни, отказу от вредных привычек, поддержанию высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения; – овладеть средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося</p> <p>Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующей компетенции: ОК-8.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – законодательство РФ в области физической культуры и спорта; – средства, методы, принципы физической культуры при совершенствовании функциональных возможностей организма человека; – основы здорового образа жизни, особенности использования средств физической культуры для поддержания и повышения уровня здоровья, для полноценной социальной и профессиональной деятельности; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять средства и методы физической культуры для физического развития и совершенствования; – правильно дозировать физическую и умственную нагрузку в процессе учебной и профессиональной деятельности; – осуществлять самоконтроль за состоянием своего организма во время самостоятельных занятий, использовать средства профессионально-прикладной физической подготовки для развития профессионально важных двигательных умений и навыков; <p>в) владеть:</p> <p>средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов организма, укрепления здоровья, коррекции физического развития.</p>		
Б1.Б.17	<p align="center">Основы профсоюзного движения</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p>	4	Экзамен

	<ul style="list-style-type: none"> – формирование знания о сущности профсоюзного движения и деятельности профсоюзов как исторически сложившегося социального института и его роли в обществе. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – познакомить с основными понятиями дисциплины; – рассмотреть предпосылки, общие закономерности и особенности возникновения, формирования и развития профессиональных союзов в России и за рубежом; – изучить сущность профсоюзного движения и его деятельность как исторически сложившегося социального института, его роль в обществе; – проанализировать проблемы российского профдвижения на современном этапе развития общества. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>Владение знаниями, умениями и готовностями в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурных (ОК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций: ОК-4, ОК-6, ОПК-5.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – исторические предпосылки и условия развития современного профсоюзного движения, принципы организационного строения, правовое обеспечение деятельности профсоюзов; – основные этапы и проблемы развития профсоюзного движения в России; – роль и место профсоюзов в процессе становления и развития социального государства и гражданского общества; – формы и методы деятельности профсоюзных организаций в условиях различных организационно-правовых форм предприятий; – структуру профсоюзов, их объединений, профсоюзных органов различных уровней; – содержание нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность профсоюзов; – порядок создания и основные направления деятельности первичной профсоюзной организации; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать роль профсоюзов в становлении и развитии социального государства и формировании гражданского общества; – оценивать практическую деятельность профсоюзов по защите социально-экономических прав и интересов работников, представлять их интересы перед работодателем; – применять свои знания в социально-трудовых отношениях в обществе; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сбора данных по проблемам профсоюзного движения в стране и за рубежом; – навыками анализа социальных проблем. 		
Б1.Б.18	<p style="text-align: center;">Основы социального государства</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование целостного представления о сущности, теоретических основах, функциях и принципах 	5	Экзамен

	<p>современного социального государства, его взаимодействию с гражданским обществом.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать представление об основных задачах государства в социальной сфере; – сформировать знание об истории становления и развития и теоретических основах социального государства и его модели; – сформировать знание об истории становления и развития и теоретических основах социального государства и его модели; – сформировать знание о теоретических основах социального государства и его моделях; – сформировать навыки анализа современных социальных проблем; – формирование умения определять основные интересы различных субъектов социальной политики. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Экономика», «История».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-2, ОК-4.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы функционирования социального государства; – экономические, политические, идейные основы возникновения социального государства как государства нового цивилизационного типа; – принципы, цели и направления социальной политики государства; – приоритеты социального развития Российской Федерации; – права и обязанности гражданина; – принципы организации социальной экспертизы и социального аудита; – сущность и значение социальной информации в развитии современного общества; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии; – анализировать основы социального государства и его модели; – использовать основные положения и приоритеты социальной политики государства при решении профессиональных задач; – формулировать предложения по решению социальных проблем; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью к обобщению, анализу, восприятию информации по проблемам социального государства; – навыками анализа социальных преобразований; – навыками оценки эффективности социальной политики государства; – навыками социально ответственного поведения. 		
--	--	--	--

Б1.Б.19	<p style="text-align: center;">Социальное партнерство</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель: – сформировать целостное представление о социальном партнерстве как способе согласования интересов работников и работодателей в целях достижения социального мира с участием государственных структур, представляющих интересы общества в целом.</p> <p>Задачи: – изучить основные понятия и категории, теоретические и правовые основы социального партнерства; – рассмотреть современный отечественный и зарубежный опыт социального партнерства; – сформировать навыки применения полученных знаний в конкретных жизненных ситуациях.</p> <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин: «Основы социального государства», «Основы профсоюзного движения».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурных (ОК): ОК-4, ОК-6.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен: а) знать: – основные понятия и категории социального партнерства; – исторические предпосылки возникновения социального партнерства;</p> <p>б) уметь: – применять понятийно-категориальный аппарат, нормативно-правовые документы в сфере социального партнерства в своей деятельности; – анализировать проблемы и процессы развития социального партнерства в российском обществе;</p> <p>в) владеть: – навыками сбора необходимых данных с целью подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета по проблемам развития социального партнерства в стране и за рубежом.</p>	2	Зачет
Б1.Б.20	<p style="text-align: center;">Социальная психология</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель: – освоить теоретические и практические основы социальной психологии;</p> <p>Задачи: – изучение закономерностей общения и взаимодействия людей; – раскрытие психологических характеристик социальных групп; – изучение деятельности личности в социальной психологии; – изучение психологии делового общения и конфликта.</p> <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплины «Психология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурных (ОК) общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-6, ОК-7, ОПК-4;</p>	4	Экзамен

	<p>ПК-6. В результате освоения дисциплины обучающийся должен: а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – место социальной психологии в системе наук; – классические и современные теории, проблемы общения, лидерства и руководства; – особенности межгрупповых и внутригрупповых отношений, социализации и социального развития человека; – основные функции социальной психологии как науки и сферы применения психологических знаний в профессиональной деятельности; – соотношение природных и социальных факторов в становлении психики; – основные научные концепции социальной психологии, закономерности становления и развития индивидуально-психологических особенностей человека; – основные психические и социальные механизмы функционирования и развития личности в различных видах деятельности, особенности протекания процессов в социальных группах; – особенности межличностных отношений и общения, основные методы психологического изучения личности и коллектива; – закономерности психической деятельности, поведения и взаимодействия людей как представителей социальных групп, психологических характеристиках самих этих групп, психологических аспектах любых иных явлений социальной жизни; – особенности протекания психологических процессов в социальных группах, особенности межличностных отношений и общения; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать понятийно-категориальный аппарат дисциплины; – давать социально-психологическую характеристику личности; – анализировать основные закономерности индивидуальной и групповой деятельности; – использовать социально-психологические знания при решении исследовательских и прикладных задач; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами современной психологической культуры; – навыками анализа социально-психологических явлений и процессов; – навыками общения в группе. 		
<p>Б1.Б.21</p>	<p style="text-align: center;">Социальная экология</p> <p>1. Цель и задача дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование общей экологической культуры. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изложение основ организации и функционирования социоприродных систем; – изложение принципов взаимодействия общества и природы; – формирование знания о закономерностях функционирования и развития человека в жизненной среде, концептуальных основах экологического образования и воспитания. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p>	<p>2</p>	<p>Зачет</p>

	<p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Социальная экология» необходимы знания дисциплины «Экономика», «Культурология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-9, ПК-3, ПК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы взаимодействия социальных и природных систем; – экологические последствия хозяйственной деятельности в историческом аспекте; – принципы природопользования; – методы ресурсосбережения; – организационно-правовые средства охраны окружающей среды; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать экологические последствия хозяйственной деятельности; – использовать знание основ социальной экологии в профессиональной деятельности; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основами анализа антропогенного воздействия на окружающую среду; – основами экологической культуры. 		
<p>Б1.Б.22</p>	<p style="text-align: center;">Психология рекламы</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование личностной готовности к профессиональному восприятию и оценке рекламы как вида социальной информации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – освоение основных понятий и теоретических основ в области психологии рекламы; – формирование навыков применения полученных знаний к анализу конкретной практики создания, распространения и потребления рекламы; – формирование умения применять знания в области психологии рекламы при решении профессиональных задач. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Психология рекламы», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Психология», «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Психология массовых коммуникаций».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ОПК-4, ПК-14.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы психологии рекламы; – основные методы и принципы организации и проведения социально-психологических исследований рекламной продукции; 	<p style="text-align: center;">4</p>	<p style="text-align: center;">Экзамен</p>

	<p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять исследования, предоставляющие информацию для повышения психологической эффективности рекламы; – осуществлять психологический анализ конкретных рекламных продуктов; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками учета психологических особенностей потребителей; – навыками организации и проведения социально-психологического исследования материалов рекламной коммуникации. 		
Б1.Б.23	<p align="center">Иностранный язык в сфере профессиональных коммуникаций</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладеть уровнем иноязычной коммуникативной компетенции, достаточным для решения коммуникативных задач в различных областях профессиональной деятельности, при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – расширить кругозор и повысить общую гуманитарную культуру; – воспитать толерантность и уважение к духовным ценностям разных стран и народов; – развить когнитивные и исследовательские умения с использованием ресурсов на иностранном языке; – развить информационную культуру; повысить уровень учебной автономии, способность к самообразованию. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося: освоение дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения дисциплины «Иностранный язык».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК), общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-5, ОПК-3, ПК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – иностранный язык в объеме, необходимом для получения профессиональной информации из зарубежных источников и элементарного общения на общем и профессиональном уровне; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать полученные иноязычные знания в профессиональной деятельности, деловом и межличностном общении; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – способностью к коммуникации в международной профессиональной сфере. 	9	Зачет Экзамен
Б1.Б.24	<p align="center">Теория и практика связей с общественностью</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование теоретических знаний и практических навыков PR-деятельности в условиях современного общества. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об истории возникновения и 	4	Экзамен

	<p>развития связей с общественностью;</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование представления о месте связей с общественностью в системе коммуникации; – формирование умений использования основных инструментов PR для реализации целей компании; – формирование знания об институциональной структуре связей с общественностью, основных каналах выхода на целевые аудитории, стратегии и тактике использования СМИ; – формирование знания об основных видах исследований, рабочих мероприятиях, документах в связях с общественностью. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История», «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ОПК-4, ОПК-5, ПК-5, ПК-6, ПК-7, ПК-12.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сущность, предпосылки и условия развития деятельности по связям с общественностью; – основные концепции и направления связей с общественностью; – институциональную структуру профессиональной деятельности; – нормативные основания связей с общественностью; специфику взаимодействия со средствами массовой информации; – технологии связей с общественностью; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнять аналитическую и организационную работу при подготовке концепций, планов, графиков кампаний по связям с общественностью; – применять приемы и методы PR при реализации коммуникационных программ; – формулировать и аргументированно излагать собственное видение проблем коммуникации и предлагать способы их разрешения; – занимать определенную гражданскую позицию, критически относиться к себе в профессиональной деятельности; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками критического анализа источников информации; – традиционными и современными технологиями профессиональной PR-деятельности; – навыками проведения ситуационного анализа; навыками подготовки и продвижения продукции PR-деятельности. 		
Б1.Б.25	<p style="text-align: center;">Стилистика и литературное редактирование</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование теоретических знаний по вопросам стилистики и литературного редактирования и освоение практических навыков и умений работы с конкретными 	4	Экзамен

	<p>текстами.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить теоретические основы стилистики и литературного редактирования; – сформировать знание основных стилистических категорий; – дать представление о формах существования русского языка; – изучить понятие нормы и типологию языковых норм современного русского языка, расширить знания о вариативности норм и их соотносительности с функциональными стилями и функционально-смысловыми типами речи; – дать характеристику функциональных стилей речи и основных жанровых разновидностей текстов; – изучить типологию текстов по разным основаниям; – сформировать навыки правки текстов при литературном редактировании; – повысить речевую культуру. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Стилистика и литературное редактирование», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплины «Русский язык и культура речи».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общепрофессиональных (ОПК) компетенций: ОПК-3.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические аспекты изучаемой дисциплины, ее предмет, основные категории и понятия; – состав и систему функциональных стилей современного русского литературного языка, их дифференциальные признаки; – стилистические ресурсы русского языка на всех его уровнях; – этапы работы редактора над текстом, технику правки текста, виды правок; – законы композиции и стиля; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять функциональные стили текста; – логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь; – давать характеристику текста с точки зрения отношения его к определенному функциональному стилю современного русского языка; – оценивать стилистические возможности единиц разных языковых уровней в различных контекстах; – оценивать особенности того или иного контекста с точки зрения соблюдения стилистических норм современного русского языка, в случае необходимости исправлять стилистические ошибки; – давать характеристику индивидуального языкового стиля; – использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками создания текстов и документов в сфере связей с общественностью и рекламы; – профессиональным прочтением текста; 		
--	---	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> – навыками литературного редактирования, копирайтинга; – методами анализа текста в лингвостилистическом аспекте; – техникой комплексной редакторской правки текста. 		
Б1.Б.26	<p>Теоретические и практические проблемы рекламы</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить происхождение, историю, актуальные теоретические и практические проблемы рекламы. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об основных теоретических проблемах рекламы; – формирование знания об основных практических проблемах рекламы; <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Теоретические и практические проблемы рекламы», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплины «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ПК-1, ПК-12, ПК-13, ПК-14.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закономерности возникновения и развития рекламной коммуникации в обществе; – национальные особенности восприятия рекламы; – исследования в рекламе; – состояние и особенности рынка рекламы; – особенности рекламной кампании, современные рекламные стратегии; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выявлять и квалифицировать теоретические и практические проблемы рекламы; – анализировать место рекламы в системе маркетинговых коммуникаций; – использовать теоретические знания для практического решения профессиональных задач; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – системой понятий и исходными методологическими принципами; – методами и приемами анализа рекламной деятельности; – методами социологического исследования коммуникативных процессов. 	4	Экзамен
Б1.Б.27	<p>Информационное сопровождение социальных проектов</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – дать базовые знания в области информационного сопровождения социальных проектов на основе практики разработки и реализации социальных проектов. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать знание о типах социальных проектов и особенностях их информационного сопровождения; – сформировать представление о ключевых технологиях и инструментах, используемых в рамках информационного сопровождения социальных проектов; – обучить практическим навыкам социального 	4	Экзамен

	<p>проектирования на основе технологий прогностики, диагностики, моделирования социальных проектов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – развить навыки подготовки PR-текстов, используемых в информационном сопровождении социальных проектов. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Информационное сопровождение социальных проектов», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью», «Теоретические и практические проблемы рекламы».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-6, ПК-5, ПК-13.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – правила разработки и реализации социальных проектов; – структуру и порядок информационного сопровождения социальных проектов; – правила взаимодействия со СМИ в рамках социального проектирования; – основные методы и модели управления социальными проектами и их реализации; – формы информационного сопровождения. <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать в проектных командах и организовывать их деятельность; – ставить цели и формулировать задачи, связанные с реализацией социальных проектов; – обосновывать необходимость использования аналитического и информационного инструментария проекта; – осуществлять информационные кампании и мероприятия по сопровождению социальных проектов. <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, креативный бриф, соглашения, договор, контракт); – способностью реализации социальных проектов с использованием различных средств и методов информационного сопровождения; – навыками анализа эффективности информационного сопровождения социальных проектов. 		
Б1.Б.28	<p align="center">Связи с общественностью в кризисных ситуациях</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать представление об особенностях антикризисного PR, специфике работы с целевыми группами в кризисной ситуации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания о методах антикризисного PR; – формирование навыков работы с целевыми группами в условиях чрезвычайных происшествий; – формирование знания об особенностях восприятия информации в кризисных ситуациях; – овладение навыками комплексных действий в кризисных ситуациях. 	2	Зачет

	<p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Основы теории коммуникации», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных (ПК) компетенций: ПК-1, ПК-7, ПК-11.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику протекания кризиса и особенности восприятия информации в кризисных условиях; – направления и методы антикризисного PR; – правила поведения в кризисных ситуациях и исключения из них; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с целевыми аудиториями в условиях чрезвычайных происшествий; – определять оптимальные средства и методы антикризисного PR; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками написания аналитических справок, обзоров, прогнозов; – навыками прогнозирования конфликтных ситуаций; – приемами антикризисного PR. 		
Б1.В	Вариативная часть		
Б1.В.ОД	Обязательные дисциплины		
Б1.В.ОД.1	<p>Современная пресс-служба</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование основополагающих представлений о роли, структуре и методах работы пресс-служб в государственных и коммерческих организациях. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладение основными понятиями и закономерностями функционирования современных пресс-служб; – формирование знаний об особенностях функционирования пресс-служб в государственных и общественных организациях, коммерческих и некоммерческих структурах; – формирование умений использовать приемы связи пресс-служб со средствами массовой информации. <p>2. Требование к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Современная пресс-служба» относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Социология массовых коммуникаций», «Основы теории коммуникации», «Теория и практика массовой информации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ОПК-3, ПК-7, ПК-12.</p>	3	Экзамен

	<p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – структуру и задачи пресс-службы; – основные закономерности функционирования пресс-службы; – особенности деятельности пресс-служб в различных структурах; – основные виды, формы, методы деятельности пресс-служб; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – устанавливать, поддерживать и развивать межличностные отношения с сотрудниками редакций СМИ и представителями различных государственных, финансовых, общественных структур, политических организаций; – составлять текст любого жанра информационного пакета; – организовывать пресс-конференцию; – планировать специальное событие для привлечения общественного внимания; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками создания текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы; – навыками публичного выступления; – основными приемами осуществления деятельности пресс-служб; – технологиями работы со СМИ. 		
<p>Б1.В.ОД.2</p>	<p style="text-align: center;">Корпоративные коммуникации</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знаний, навыков и умений построения корпоративной политики социального субъекта, использования рекламных и PR-технологий в формировании корпоративной идентичности организации, компании. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – обучить эффективным методам внутрикорпоративного PR; – рассмотреть эффективные методы развития корпоративной идентичности и формирования корпоративной культуры; – исследовать вопросы формирования привлекательного для сотрудников и рынка труда корпоративного бренда, репутационного менеджмента руководителей, корпоративного event-management; – проанализировать практику действующих корпораций и исследовать особенности организации внутрикорпоративных информационных обменов, построения каналов внутрикорпоративной коммуникации, развития корпоративной культуры; – изучить вопросы, связанные с организацией и эффективностью Интранета и внутрикорпоративных периодических изданий. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Корпоративные коммуникации», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Русский язык и культура речи», «Психология», «Основы теории коммуникации», «Основы интегрированных коммуникаций», «Теория и практика связей с общественностью».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и</p>	<p style="text-align: center;">5</p>	<p style="text-align: center;">Экзамен</p>

	<p>развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-4, ОПК-5, ПК-6, ПК-7.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику рекламной и PR-деятельности коммуникационного субъекта; – особенности формирования корпоративной культуры и философии; – инструментарий рекламного и PR-позиционирования корпоративной структуры; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать методику и технику проведения маркетинговых кабинетных и внекабинетных исследований рынка, организации опросов потребителей с целью выявления их лояльности к товару и фирме, с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков фирмы и организации; – применять технологии формирования эффективных внутренних коммуникаций <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками создания и поддержания благоприятного психологического климата в коллективе, мотивацию сотрудников на активную деятельность и развитие организации; – навыками осуществления работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников; – способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; – навыками формирования и поддержания корпоративной культуры; – способностью организовать и провести социологические исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации. 		
Б1.В.ОД.3	<p style="text-align: center;">Основы медиапланирования</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование представлений о специфике медиапланирования, его месте и роли в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладение базовыми понятиями и принципами медиапланирования; – овладение методами анализа особенностей медиапланирования в коммерческих и некоммерческих структурах; – формирование умения использовать приемы медиапланирования. <p>2. Требование к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Основы медиапланирования» относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Теория и практика массовой информации», «Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных</p>	4	Экзамен

	<p>(ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ПК-7, ПК-12.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия теории и практики медиапланирования; – основные закономерности функционирования рынка СМИ; – специфику использования интегрированных коммуникаций в медиапланировании; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – оценивать параметры и вычислять показатели медиапланирования; – оценивать эффективность рекламной кампании; – составлять медиаплан; – осуществлять разработку стратегии и тактики медиапланирования; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – базовыми навыками медиапланирования; – основными приемами подготовки и реализации медиаплана; – технологиями работы со СМИ. 		
Б1.В.ОД.4	<p style="text-align: center;">Политология</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания о специфике политической реальности, месте и роли политики в социальной системе, формирование гражданского сознания. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об истории зарубежной и отечественной политической мысли; – формирование знания об основных парадигмах и концепциях современной политологии; – овладение базовым понятийным аппаратом политологии и развитие навыков критического анализа политических процессов и явлений; – формирование умения формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социально-политическим проблемам. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Политология», относятся знания, умения и готовности, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История», «Философия».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-2.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – специфику политики как социального явления; – основные этапы развития политической мысли; – понятия и структуру современной политической науки; – основные концепции и теории политологии; – содержание современного политического процесса; – основы политической культуры; – свои права и обязанности как гражданина своей страны; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять понятия политологии для анализа социально-политических процессов и явлений; – формулировать и аргументированно излагать собственное видение социально-политических проблем и способов их 	2	Зачет

	<p>разрешения;</p> <ul style="list-style-type: none"> – занимать определенную гражданскую позицию; – демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками критического анализа социально-политических явлений и процессов; – основами гражданско-правовой политической культуры в определении поведенческих стратегий; – навыками участия в формировании социально-политических отношений в обществе. 		
Б1.В.ОД.5	<p style="text-align: center;">Основы социального страхования</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать целостное представления о социальном страховании как базовом институте социальной защиты населения. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить основные понятия и категории, теоретические и методологические основы организации социального страхования; – рассмотреть современный отечественный и зарубежный опыт функционирования систем социального страхования; – приобрести навыки применения полученных знаний в конкретных жизненных ситуациях. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин: «Математика и статистика. Статистика», «Основы социального государства».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-4.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и категории социального страхования; – исторические предпосылки и условия развития социального страхования как формы социальной защиты; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять понятийно-категориальный аппарат, нормативно-правовые документы в сфере социального страхования в своей деятельности; – анализировать проблемы и процессы развития отраслей социального страхования, прогнозировать их возможное развитие; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сбора необходимых данных с целью подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета по проблемам развития социального страхования в стране и за рубежом. 	3	Зачет
Б1.В.ОД.6	<p style="text-align: center;">Логика и теория аргументации</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование культуры мышления в дискурсивных практиках общения в социальной и профессиональной коммуникации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания о нормах и принципах правильного мышления; 	2	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об основных разделах современной логики; овладение основными понятиями логики и теории аргументации; – овладение основными методами логического анализа и приемами аргументации; – развитие навыков критического мышления; – формирование умения логично формулировать, излагать и аргументировать собственную позицию по значимым социальным и профессиональным проблемам. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Логика и теория аргументации», относятся знания, умения и готовности, сформированные в соответствии с требованиями ФГОС среднего (полного) общего образования и в процессе изучения дисциплины «Русский язык и культура речи».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) и общепрофессиональных (ОПК) компетенций: ОК-7, ОПК-1.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – место и роль логики в системе наук; особенности языка логики в сравнении с естественным языком; – законы и формы правильного мышления; – основы теории аргументации; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить логический анализ высказывания; анализировать умозаключения, оперировать законами логики; – применять в практической мыслительной деятельности правила аргументации; – отстаивать свою точку зрения, делать выводы, давать аргументированные ответы; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками формулировать, излагать и аргументировать мысль в соответствии с нормами логики; – методами и приемами логического анализа; – навыками воспринимать критическую аргументацию и адекватно реагировать на нее. 		
Б1.В.ОД.7	<p style="text-align: center;">Социальная ответственность бизнеса</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – познакомить с современными концепциями социально-ответственного бизнеса и особенностями их применения в России. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать современные теоретические представления о социальной ответственности бизнеса; – изучить феномен корпоративной социальной ответственности в системе связей с общественностью корпорации; – сформировать навыки практической PR-работы в области коммуникационных возможностей социально ответственного бизнеса. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>Изучение данной дисциплины базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин: «Основы</p>	2	Зачет

	<p>социального государства», «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-4, ПК-6.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия и модели в сфере корпоративной социальной ответственности; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применять понятийно-категориальный аппарат, нормативно-правовые документы в сфере корпоративной социальной ответственности в профессиональной деятельности; – применять методы и средства PR. <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками сбора данных с целью подготовки информационного обзора и/или аналитического отчета по проблемам корпоративной социальной ответственности. 		
<p>Б1.В.ОД.8</p>	<p style="text-align: center;">Социальные медиа в рекламе</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знаний о принципах функционирования социальных медиа в рекламе и навыков эффективного использования социальных медиа в профессиональной деятельности. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование базовых знаний о специфике социальных медиа как нового типа средств массовой информации и коммуникации; – формирование основ практических умений организации работы с социальными медиа в рекламе; – формирование навыков профессионального совершенствования в ходе изучения новых социальных сервисов и работы с ними; – реализация коммуникативных, технических и эвристических способностей в ходе работы с социальными сервисами. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Социальные медиа в рекламе», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Теоретические и практические проблемы рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ПК-12, ПК-14, ПК-16.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – особенности Интернета как коммуникационной среды; – историю формирования и развития социальных медиа в Интернет; – принципы функционирования социальных медиа в 	<p style="text-align: center;">4</p>	<p style="text-align: center;">Экзамен</p>

	<p>Интернет;</p> <ul style="list-style-type: none"> – формы и факторы социальных медиа в рекламе; – существующие платформы социальных медиа в рекламе; – принципы формирования и функционирования сетевого сообщества; – возможности использования социальных медиа в профессиональной деятельности; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять регистрацию на сетевых сервисах; – создавать аккаунт сервиса; – публиковать фото- и видеоматериалы на сервисах доступа; создавать закладки на сервисах для совместного хранения закладок; – регистрироваться и осуществлять работу с контентом в среде МедиаВики; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; – работать с информацией в глобальных компьютерных сетях; – принципами и механизмами передачи информации внутри сети Интернет между сетевыми сообществами. 		
<p>Б1.В.ОД.9</p>	<p style="text-align: center;">Имиджелогия: проектные технологии</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – познакомить с теоретическими основами, основными методами и технологиями формирования имиджа, сформировать навыки и умения их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об основах проектных технологий в имиджелогии; – ознакомление с инструментарием имиджелогии; – обучение техникам и технологиям построения и управления имиджем. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Имиджелогия: проектные технологии», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-4, ОПК-5, ПК-1, ПК-5.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы имиджелогии; – алгоритмы формирования эффективного имиджа (персонального, корпоративного и т. п.); – теоретические и прикладные аспекты разработки и поддержания имиджа; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить мероприятия по повышению имиджа организации; – оценивать эффективность проектных технологий; 	<p style="text-align: center;">2</p>	<p style="text-align: center;">Зачет</p>

	<ul style="list-style-type: none"> – применять элементы проектных технологий в PR-деятельности; в) владеть: – навыками анализа проектных технологий; – технологиями построения и управления имиджем в профессиональной сфере деятельности; – навыками оценки эффективности проектных технологий. 		
Б1.В.ДВ	Дисциплины по выбору		
	Элективные курсы по физической культуре		Зачет
Б1.В.ДВ.1			
1	<p style="text-align: center;">Интернет-технологии в рекламе и СО</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – подготовка в области программного обеспечения и способов анализа данных, поиска и публикации информации в глобальной сети Интернет. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – освоение технологии использования MS Word, MS Excel, MS PowerPoint, языков HTML, CSS и JavaScript – для создания и публикации документов в сети Интернет, среды разработки MS Visual Studio, браузеров Интернет Internet Explorer, FireFox, Opera, а также сервисов Google.Docs и MS WebApps. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Интернет-технологии в рекламе и СО» необходимы знания, умения и готовности, сформированные в курсе дисциплины «Компьютерные технологии и информатика».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных (ПК) компетенций: ПК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – типы информационных ресурсов; – основы разработки, поиска и публикации информации в сети Интернет; – основы взаимодействия серверного и клиентского программного обеспечения; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – использовать средства MS Office для создания списков, сводных таблиц, презентаций, web-страниц; – осуществлять публикации документов в сети Интернет; – применять языки HTML, CSS и JavaScript, среду разработки MS Visual Studio, браузеры Интернет Internet Explorer, FireFox, Opera, а также сервисы Google.Docs и MS WebApps; <p>в) владеть: перечисленным программным обеспечением.</p>	3	Зачет
2	<p style="text-align: center;">Основы финансовой деятельности PR-агентства</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение принципов организации и методик проведения анализа финансовой и хозяйственной деятельности PR-агентства. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать представление о теоретических основах анализа финансово-хозяйственной деятельности PR-агентства; – изучить методы и приемы финансового и экономического 	3	Зачет

	<p>анализа деятельности PR-агентства;</p> <ul style="list-style-type: none"> - сформировать навыки применения методов и приемов финансового и экономического анализа в практической деятельности; - дать представление об анализе эффективности использования финансовых ресурсов PR-агентства. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Основы финансовой деятельности PR-агентства», необходимы знания дисциплин: «Экономика», «Математика и статистика. Математика», «Компьютерные технологии и информатика».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-3, ПК-4.</p> <p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - содержание и современные формы финансовой деятельности PR-агентства; - виды финансовой деятельности; - значение и задачи финансовой деятельности PR-агентства; - виды рисков в финансовой деятельности PR-агентства; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - построить финансовые взаимоотношения с партнерами; - находить пути и методы снижения риска в финансовой деятельности PR-агентства; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа финансовой деятельности PR-агентства; - навыками принятия решений в финансовой сфере; - управленческими навыками в области финансов PR-агентства. 		
Б1.В.ДВ.2			
1	<p style="text-align: center;">Правовое регулирование PR-деятельности</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить правовые основы регулирования информационной и PR-деятельности, правовое положение участников информационной и PR-деятельности, основные договоры, связанные с производством и распространением информации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучить принципы правового регулирования информационной и PR-деятельности, значение норм права, морали и этики в регулировании информационного процесса; - развить навыки практического применения законодательства об информации; - изучить вопросы государственного регулирования и саморегулирования информационной и PR-деятельности; - обучить практике правового самообразования, анализа деятельности контролирующих и судебных органов в сфере связей с общественностью; - выработать навыки проведения правового анализа при принятии решений в сфере профессиональной деятельности. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Правовое регулирование PR-деятельности»,</p>	4	Экзамен

	<p>относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Теория и практика массовой информации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций: ОК-4, ПК-4.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы и нормы правового регулирования информационной и PR-деятельности; – исторические предпосылки и условия развития современного правового регулирования информационной и PR-деятельности; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать правовое регулирование информационной и PR-деятельности; – использовать нормативные документы в профессиональной деятельности; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа нормативных документов, регулирующих PR-деятельность; – навыками анализа нормативных документов, регулирующих информационную деятельность. 		
2	<p align="center">Правовое регулирование рекламной деятельности</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать теоретические знания правовых основ регулирования рекламной деятельности, законодательства, регулирующего рекламную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламной деятельности, основных договоров, связанных с производством и распространением рекламной информации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить принципы правового регулирования рекламной деятельности, значения норм права, морали и этики в регулировании информационного процесса; – развить навыки практического применения законодательства об информации, рекламе; – изучить вопросы государственного регулирования и саморегулирования рекламной деятельности; – обучить практике правового самообразования, анализа деятельности контролирующих и судебных органов в сфере рекламы; – выработать навыки проведения правового анализа при принятии решений в сфере профессиональной деятельности. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Правовое регулирование рекламной деятельности», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплины «Теоретические и практические проблемы рекламы».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и</p>	4	Экзамен

	<p>развитие компетенций: ОК-4, ПК-4.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные принципы и нормы правового регулирования рекламной деятельности; – исторические предпосылки и условия развития современного правового регулирования рекламной деятельности; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать правовое регулирование рекламной деятельности; – использовать нормативные документы в профессиональной деятельности; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа нормативных документов, регулирующих рекламную деятельность; – навыками использования нормативных документов, регулирующих рекламную деятельность. 		
Б1.В.ДВ.3			
1	<p align="center">Этика деловых отношений в сфере рекламы</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование теоретических и практических знаний, профессиональной этики для работы в области рекламы. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование мировоззренческих и теоретических основ профессиональной этики специалиста по рекламе; – формирование необходимых нравственных качеств и культуры поведения; – овладение базовыми навыками общения, умением поддерживать и развивать деловые межличностные отношения с представителями различных государственных, коммерческих, общественных, политических структур, СМИ; – овладение основами речи, знание её видов, правил речевого этикета, ведения диалога, законов композиции и стиля. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Этика делового общения в сфере рекламы», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «Теоретические и практические проблемы рекламы».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы, специфику, функции, принципы и нормы профессиональной и служебной этики в сфере рекламной деятельности; – основные нормы делового этикета, этики общения и поведения; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – последовательно применять нормы профессиональных кодексов; – этически корректно квалифицировать явления в сфере профессиональной деятельности; – соблюдать этику делового общения и придерживатьсяся 	3	Зачет

	<p>этических норм взаимоотношений;</p> <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормами профессиональной этики и служебного этикета в сфере рекламной деятельности; – средствами реализации норм и принципов деловой этики в сфере рекламной деятельности. 		
2	<p align="center">Этика деловых отношений в сфере связей с общественностью</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование теоретических и практических знаний профессиональной этики для работы в области связей с общественностью. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование мировоззренческих и теоретических основ профессиональной этики специалиста по связям с общественностью; – овладение базовыми навыками общения, умением поддерживать и развивать деловые межличностные отношения с представителями различных государственных, коммерческих, общественных, политических структур, СМИ; – овладение основами речи, знание её видов, правил речевого этикета, ведения диалога, законов композиции и стиля. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Этика делового общения в сфере связей с общественностью» относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Культурология», «Теория и практика связей с общественностью».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы, специфику, функции, принципы и нормы профессиональной и служебной этики в сфере связей с общественностью; – основные нормы делового этикета, этики общения и поведения; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – последовательно применять положения, содержащиеся в Кодексах профессиональных и этических принципов организации связей с общественностью; – этически грамотно квалифицировать и правильно оценивать морально-нравственные явления и поступки окружающих; – соблюдать этику делового общения и придерживаться этических норм взаимоотношений. <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормами профессиональной этики и служебного этикета в сфере связей с общественностью; – средствами реализации норм и принципов деловой этики. 	3	Зачет
Б1.В.ДВ.4			
1	<p align="center">Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p>	3	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> – сформировать представление о специфике организации связей с общественностью на региональном и федеральном уровнях. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания об организационной структуре, функциях и направлениях деятельности служб по связям с общественностью на федеральном уровне; – формирование знания об организационной структуре, функциях и направлениях деятельности служб по связям с общественностью на региональном уровне; – развитие навыков аналитической и организационной деятельности в сфере связей с общественностью. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Организация связей с общественностью: региональные и федеральные аспекты», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Теория и практика связей с общественностью», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ОПК-2, ПК-1, ПК-7, ПК-11.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы создания и функционирования организационных форм связей с общественностью в политике и системе государственного управления на федеральном и региональном уровне; – принципы создания и функционирования организационных форм связей с общественностью в гражданском обществе и бизнесе на федеральном и региональном уровне; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать структуру, функции, результаты деятельности PR-подразделений федерального и регионального уровня; – под контролем принимать участие в организации PR-деятельности; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – PR-технологиями и методами, применяемыми в организации и проведении крупных экономических, социальных, политических, коммуникационных кампаниях и в подразделениях коммерческих структур. 		
2	<p style="text-align: center;">Организационное поведение в связях с общественностью</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать знания закономерностей организационного поведения и практические навыки управления поведением в профессиональной деятельности. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучить принципы и источники организационной культуры; – освоить различные подходы к управлению человеческим потенциалом организации; – овладеть принципами выбора оптимального стиля лидерства; 	3	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> – приобрести практические навыки по мотивации персонала; – овладеть необходимыми знаниями для правильного формирования рабочей группы с учетом факторов групповой сплоченности и психологической совместимости; – овладеть навыками управления конфликтными ситуациями. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Социология», «Психология», «Основы менеджмента».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных (ПК) компетенций: ПК-3.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы целеполагания, виды и методы организационного планирования; – основные виды и процедуры внутриорганизационного контроля; – основные теории и концепции взаимодействия людей в организации, включая вопросы мотивации, групповой динамики, командообразования, коммуникаций, лидерства и управления конфликтами; – типы организационной культуры и методы ее формирования; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – организовывать командное взаимодействие для решения управленческих задач; – анализировать коммуникационные процессы в организации и разрабатывать предложения по повышению их эффективности; – диагностировать организационную культуру, выявлять ее сильные и слабые стороны, разрабатывать предложения по ее совершенствованию; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами реализации основных управленческих функций (принятие решений, организация, мотивирование и контроль); – современными технологиями эффективного влияния на индивидуальное и групповое поведение в организации. 		
Б1.В.ДВ.5			
1	<p style="text-align: center;">Фото и киносъемка в рекламе и связях с общественностью</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать знание основ фото- и киносъемки и навыки работы с визуальными объектами. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладение основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки визуальной информации; – формирование навыков работы с визуальными объектами; – формирование навыков организации подготовки рекламной продукции, включая графические, рабочие и презентационные материалы. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p>	3	Зачет

	<p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Компьютерные технологии и информатика», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных (ПК) компетенций: ПК-8, ПК-16.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – приемы фото- и киносъемки; – современные средства и методы обработки изображений; – особенности использования визуальных объектов в рекламе и связях с общественностью; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – работать с современными техническими средствами создания и обработки изображений; <p>в) владеть:</p> <p>навыками обработки визуальных объектов.</p>		
2	<p style="text-align: center;">Основы дизайна</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать знание основ дизайна и навыки работы с программными продуктами для создания и обработки изображений. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ознакомить с назначением компьютерной графики, отличительными особенностями различных ее видов и сферы их применения; практическое освоение методов и средств синтеза, анализа и обработки графических изображений с помощью вычислительной техники; – ознакомить с принципами создания векторных и растровых изображений; – обучить основным приемам работы в основных программах создания и редактирования графических изображений; – дать практические навыки работы с современными программными средствами для их использования в процессе профессиональной деятельности. <p>2. Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплины «Компьютерные технологии и информатика».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-6, ПК-16.</p> <p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основные понятия компьютерного дизайна (разрешение, цветовая модель, отличия цветовых моделей RGB, CMYK, HSB и LAB); – назначение элементов окна векторного редактора, состав кривой, назначение узлов, их типы и различия между ними; – назначение инструментов рисования в векторном редакторе; элементов окна растрового графического 	3	Зачет

	<p>редактора;</p> <ul style="list-style-type: none"> - назначение и порядок использования инструментов выделения, рисования и заливки; особенности и порядок использования плавающих палитр в растровом редакторе; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - создавать и редактировать векторные графические объекты в документах MicrosoftOffice; использовать графический редактор для преобразования иллюстраций из растрового в векторный формат и наоборот; - сохранять растровые изображения в файлах различного формата; - редактировать растровые изображения в среде графического редактора с использованием слоев, стилей, фильтров, быстрой маски; проводить оптимизацию изображения для Web и его допечатную подготовку; - применять методы математического анализа и моделирования; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками работы в различных программных продуктах для создания и обработки изображений. 		
3	<p style="text-align: center;">Использование Corel Draw в рекламной и PR-деятельности</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - формирование профессиональных знаний и практических навыков работы с инструментальными средствами компьютерной графики, необходимыми при создании и оформлении рекламных материалов, отвечающих современным требованиям. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - овладеть методами и приемами создания и редактирования различных графических изображений; - проанализировать и сравнить различные виды компьютерной графики, их достоинства и недостатки; - получить теоретические знания и практические навыки для работы с современным графическим программным обеспечением. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины, относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Компьютерные технологии и информатика», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных профессиональных (ПК) компетенций: ПК-16.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - современные графические редакторы для обработки векторных и растровых изображений; - устройства ввода графических изображений; - программы для обработки графических изображений; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - работать с современными графическими редакторами для обработки векторных и растровых изображений; - работать с устройствами ввода и вывода графических изображений; - работать с программами для обработки и создания графических изображений; 	3	Зачет

	<p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы с современными графическими редакторами для обработки векторных и растровых изображений; – навыками работы с устройствами ввода графических изображений; – навыками работы с программами обработки графических изображений; – навыками создания мультимедийных презентаций. 		
Б1.В.ДВ.6			
1	<p align="center">Реклама и связи с общественностью в социальной работе</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать представление о возможностях применения рекламных и PR-инструментов в социальной работе. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование знания о специфике применения рекламных и PR-кампаний в социальной сфере; – формирование умения и навыков реализации рекламных акций и рекламных кампаний, интегрировать их с другими маркетинговыми коммуникациями в социальной сфере и в социальной работе; – формирование навыков использования PR-методов в социальных коммуникационных кампаниях; – овладение навыками подготовки документов и моделей фандрайзинга, проведения переговоров с потенциальными спонсорами. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Стилистика и литературное редактирование», «Теория и практика связей с общественностью», «Теоретические и практические проблемы рекламы», «Основы теории коммуникации».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общепрофессиональных (ОПК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОПК-1, ПК-12, ПК-13, ПК-14.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – виды, средства, формы и методы организации и проведения социальных кампаний; – принципы спонсоринга и фандрайзинга; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков, проектов, направленных на привлечение внимания спонсоров; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками подготовки спонсорского пакета, переговоров с потенциальным спонсором; – навыками подготовки и проведения фандрайзинга. 	2	Зачет
2	<p align="center">Межкультурные коммуникации в рекламе и связях с общественностью</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель:</p>	2	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> – сформировать знание основ межкультурной коммуникации и навыки межкультурной коммуникации в профессиональной деятельности. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – развитие межкультурной компетенции студентов на основе изучения основных понятий, типов, видов, форм, моделей межкультурной коммуникации; – развитие культурной восприимчивости, способности к правильной интерпретации различных видов коммуникативного поведения; – овладение способами разрешения межкультурных конфликтов; – решение проблем неверного понимания в условиях межкультурного общения. <p>2. Требование к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Межкультурные коммуникации в рекламе и связях с общественностью», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «Психология», «История», «Философия», «Культурология», «Политология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-6, ПК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – историю возникновения и теоретические направления межкультурной коммуникации; – причины культурных различий в поведении и отношениях людей, принадлежащих разным культурам; – определения основных понятий в области межкультурной коммуникации; – точки зрения отечественных и зарубежных ученых по проблемам межкультурной коммуникации; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – определять причины межкультурных конфликтов, ведущие к непониманию; – квалифицировать ошибки, допускаемые в процессе межкультурного общения, предлагать способы их исправления; – применять умения и навыки межкультурного общения и толерантного отношения к другим культурам и их представителям; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами межкультурной коммуникации; – технологиями работы с источниками информации с учетом особенностей межкультурной коммуникации. 		
Б2	Практики		
Б2.У	<p>Учебная практика</p> <p>Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности</p> <p>1. Цель и задачи учебной практики:</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формирование представления о будущей профессии и овладение первичными профессиональными умениями и навыками, в том числе первичными умениями и навыками 	3	Дифференцированный зачет

	<p>научно-исследовательской деятельности.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – получение первичных навыков практического применения знаний в области рекламы и связей с общественностью в части определения места организации в социальной и маркетинговой среде, определения целевых аудиторий; – приобретение первичного опыта в анализе информационной среды, в работе со СМИ, первичных навыков в подготовке текстов рекламы, пресс-релизов и иных информационных материалов; – приобретение первичных навыков в разработке и реализации коммуникационных проектов; – приобретение первичных умений и навыков научно-исследовательской работы. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося</p> <p>Учебная практика базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин «Русский язык и культура речи», «Основы теории коммуникации», «История», «Психология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате учебной практики.</p> <p>Процесс учебной практики направлен на формирование компетенций: ОК-5, ОК-6, ОК-7; ОПК-1, ОПК-3, ОПК-6; ПК-6, ПК-12.</p> <p>В результате учебной практики обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формы работы в коллективе и с коллективом, правила коммуникации; – функции в области рекламы и связей с общественностью в месте прохождения практики; – основные правила создания текстов рекламы и связей с общественностью; – основы информационной и библиографической культуры в части приобретения первичных навыков научно-исследовательской работы; – основные правила внутренних и внешних коммуникаций; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить поиск информации по вопросам и проблемам рекламы и связей с общественностью с применением современных технологий; – принимать участие в создании коммуникационной инфраструктуры организации; – готовить материал для написания текстов рекламы и связей с общественностью; – осуществлять под контролем первичные профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью; – поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками работы в коллективе; – навыками самоорганизации и самообразования в части профессиональной деятельности; – навыками работы с техническими средствами управления информацией; – навыками подготовки материала для написания текстов рекламы и связей с общественностью; – первичными навыками участия в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации; – первичными навыками под контролем осуществлять 		
--	--	--	--

	профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью.		
Б2.П	Производственная практика		
Б2.П.1	<p>Научно-исследовательская работа</p> <p>1.Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систематизировать, расширить и закрепить профессиональные знания в области рекламы и связей с общественностью; - сформировать навыки ведения самостоятельной научно-исследовательской работы: анализа источников и литературы по теме исследования, теоретического анализа предметной области, эмпирического исследования, систематизации данных, оценки эффективности средств и методов рекламы и связей с общественностью. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – закрепить навыки практической работы с источниками информации различного типа по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (профиль «Реклама и связи с общественностью в социальной сфере»); – закрепить навыки планирования и организации научно-исследовательской работы; – сформировать навыки самостоятельно применять приемы и методы научно-исследовательской работы; – сформировать навыки обработки данных и оформления материалов научного исследования с использованием современных методов и технологий научной коммуникации; – сформировать способность планировать и решать задачи профессионального и личностного развития в части научно-исследовательской деятельности; – обеспечить приобретение опыта обращения с источниками информации в соответствии с академическими нормами; – обеспечить приобретение опыта по созданию научного текста – подготовки первой главы выпускной квалификационной работы. <p>2.Требования к «входным» знаниям, умениям и готовностям обучающегося:</p> <p>Для успешного прохождения производственной практики (в части научно-исследовательской работы) необходимы общетеоретические знания, умения, навыки и компетенции, приобретенные в результате освоения дисциплин базовой и вариативной частей учебного плана: «Социология», «Компьютерные технологии и информатика», «Социология массовых коммуникаций», «Психология массовых коммуникаций», «Теория и практика массовой информации», «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в связях с общественностью», «Теория и практика связей с общественностью», «Стилистика и литературное редактирование», «Теоретические и практические проблемы рекламы», «Интернет-технологии в рекламе и связях с общественностью».</p> <p>3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате научно-исследовательской работы.</p> <p>Научно-исследовательская работа направлена на формирование и развитие компетенций: ОК-7; ОПК-3, ОПК-6; ПК-9, ПК-10.</p> <p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – источники информации для решения стандартных задач профессиональной деятельности в рамках выбранного направления, источники получения необходимых данных для решения профессиональных задач; – современные инструментальные средства обработки данных в области рекламы и связей с общественностью; 	6	Дифференцированный зачет

	<p>– основы организации и самоорганизации научной деятельности;</p> <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять информационно-коммуникационные технологии для решения стандартных задач профессиональной деятельности с учетом основных требований информационной безопасности; - осуществлять сбор, анализ, обработку полученных данных в соответствии с целями и задачами исследования; - корректно применять выбранные средства для обработки данных; - находить организационные решения для достижения целей научно-исследовательской работы. <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - методами решения стандартных задач профессиональной деятельности; - современными методами обработки информации; - методами социологического и маркетингового исследования; - навыками критического анализа источников информации. 		
Б2.П.2	<p>Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</p> <p>1. Цель и задачи практики:</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по специальности. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – совершенствование и практическое применение знаний в области рекламы и связей с общественностью; – осуществление под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; – планирование и организация под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; – проведение под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; – участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; – приобретение навыков организационно-управленческой работы с малыми коллективами; – приобретение навыков подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – приобретение навыков подготовки и проведения социологических и маркетинговых исследований; – приобретение навыков подготовки материалов для аналитических справок, обзоров, прогнозов – приобретение навыков работы в отделе рекламы, отделе связей с общественностью. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося</p> <p>Производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»,</p>	6	Дифференцированный зачет

	<p>«Современная пресс-служба», «Психология рекламы», «Теоретические и практические проблемы рекламы» и др.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.</p> <p>Процесс производственной практики направлен на формирование компетенций: ОПК-1–ОПК-6; ПК-1–ПК-16.</p> <p>В результате производственной практики обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формы работы с коллективом, основные нормативно-правовые акты, методы решения профессиональных задач; – функции в области рекламы и связей с общественностью в месте прохождения практики; особенности работы пресс-служб; техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп; методики проведения исследований в профессиональной области; – основы менеджмента и маркетинга; особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; методики поддержания благоприятного психологического климата в коллективе; правила формирования эффективных внутренних и внешних коммуникаций; – средства и методы подготовки проектной документации, реализации проектов, организацию работы проектных команд. <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применить свои знания на практике; использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; – участвовать в организации коммуникационных кампаний и мероприятий; – планировать рекламную работу; – поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; – планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия; – организовать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции; – организовать и проводить исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации. <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – опытом работы в коллективе, основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; – навыками осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; основами речи, знает ее виды, правила речевого этикета и ведения диалога; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; – основными управленческими функциями; навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; владеет навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; – навыками подготовки проектной документации; – навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; – навыками производства и распространения рекламной продукции, в т.ч. текстовой и графической рекламы, рабочих и 		
--	--	--	--

	<p>презентационных материалов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов. 		
Б2.П.3	<p>Преддипломная практика</p> <p>1. Цель и задачи практики:</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – развитие профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по специальности; сбор эмпирических данных для прикладной части выпускной квалификационной работы. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – совершенствование и практическое применение знаний в области рекламы и связей с общественностью в реальных условиях функционирования организации (предприятия); – развитие умений и опыта осуществления под контролем профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах; – развитие умений и опыта планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; – развитие умений и опыта проведения под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий; – развитие умений и опыта участия в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельностью по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью; – развитие умений и опыта организационно-управленческой работы с малыми коллективами; – развитие умений и навыков подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); – развитие навыков подготовки и проведения социологических и маркетинговых исследований; – развитие навыков подготовки материалов для аналитических справок, обзоров, прогнозов; – развитие умений и навыков работы в отделе рекламы, отделе связей с общественностью. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося</p> <p>Преддипломная практика базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения дисциплин «Теоретические и практические проблемы рекламы», «Теория и практика массовой информации», «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью», «Современная пресс-служба», «Психология рекламы», «Информационное сопровождение социальных проектов», «Связи с общественностью в кризисных ситуациях», «Основы медиапланирования», «Имиджелогия: проектные технологии» и др.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.</p> <p>Процесс производственной практики направлен на формирование и развитие компетенций: ОПК-1–ОПК-6; ПК-1–ПК-16.</p> <p>В результате преддипломной практики обучающийся должен:</p>	21	Дифференцированный зачет

	<p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – формы работы с коллективом, основные нормативно-правовые акты, стандартные методы решения профессиональных задач в области рекламы и связей с общественностью; – функции в области рекламы и связей с общественностью в месте прохождения практики; особенности работы пресслужб; техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп; методики проведения маркетинговых и социологических исследований в профессиональной области; – основы менеджмента и маркетинга; особенности управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью; методики поддержания благоприятного психологического климата в коллективе; правила формирования эффективных внутренних и внешних коммуникаций; – средства и методы подготовки проектной документации, реализации проектов, организацию работы проектных команд. <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – применить свои знания на практике в целях подготовки прикладной части выпускной квалификационной работы; – участвовать в организации коммуникационных кампаний и мероприятий; – планировать рекламную работу; – поддерживать благоприятный психологический климат в коллективе; – планировать, готовить и проводить коммуникационные кампании и мероприятия; – организовать подготовку к выпуску, производству и распространению рекламной продукции; – организовать и проводить исследования с целью составления прогноза общественного мнения и разработки мер по повышению имиджа фирмы, организации. <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – опытом работы в коллективе, основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией; – навыками осуществления коммуникационных кампаний и мероприятий; навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, в рекламном агентстве; – основными управленческими функциями; навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы и организации; навыками подготовки проектной документации; – навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами; – навыками создания рекламной продукции, в т.ч. текстовой и графической рекламы, рабочих и презентационных материалов; – навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов. – навыками под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации; – навыками под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; – навыками под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной 		
--	---	--	--

	продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.		
БЗ	<p align="center">Итоговая государственная аттестация</p> <p>1. Цель и задачи итоговой государственной аттестации: Цель: – установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».</p> <p>Задачи: – оценка сформированности компетенций, которыми должны владеть обучающиеся в результате освоения основной профессиональной образовательной программы.</p> <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося Итоговая государственная аттестация базируется на знаниях и умениях, приобретенных в ходе освоения основной профессиональной образовательной программы по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», включая все виды практик.</p> <p>3. Компетенции обучающегося, контролируемые в итоговой государственной аттестации. Итоговая государственная аттестация контролирует сформированность компетенций: ОК-5; ОПК-1-6; ПК-1, ПК-5, ПК-7, ПК-9, ПК-10, ПК-11, ПК-14.</p> <p>В результате итоговой государственной аттестации обучающемуся присваивается соответствующая квалификация.</p>	9	
ФТД	Факультативы		
ФТД.1	<p align="center">Политика и экономика</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины. Цель: – формирование теоретических знаний о принципах и моделях взаимодействия политики и экономики.</p> <p>Задачи: – сформировать знание о научных основах государственной экономической политики; – сформировать знание об основных моделях взаимодействия политики и экономики; – развить навыки анализа государственной экономической политики.</p> <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося. К исходным требованиям, необходимым для изучения дисциплины «Политика и экономика», относятся знания, умения и готовности обучающегося, сформированные в процессе изучения дисциплин: «История», «Экономика», «Философия».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) компетенций: ОК-2, ОК-3.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен: а) знать: – сущность и цели государственного регулирования в области экономики и политики; – методы и способы общегосударственного планирования; – направления социальной политики государства;</p>	2	Зачет

	<ul style="list-style-type: none"> – основные механизмы государственного регулирования отношений собственности; – сущность, тенденции и особенности антимонопольного регулирования; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять эффективный поиск информации и критику источников по проблемам политики и экономики; – определять и анализировать эффективность и факторы экономического и политического развития государства; – принимать и анализировать управленческие решения, направленные на формирование эффективных рыночных отношений; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками анализа экономического развития государства; – навыками анализа государственного регулирования экономики; – навыками анализа социально значимых проблем и процессов. 		
ФТД.2	<p style="text-align: center;">Основы фасилитации</p> <p>1. Цель и задачи дисциплины.</p> <p>Цель:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать знания об особенностях группового взаимодействия и навыки использования эффектов фасилитации. <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сформировать знание о психологических особенностях групповой динамики; – сформировать знание о сущности фасилитации; – сформировать знание об основных направлениях работы с групповой динамикой и проявлениями социальной фасилитации; – сформировать знание о методах исследования групповой динамики и проблем фасилитации; – сформировать навыки практического приложения знания основ фасилитации. <p>2. Требования к входным знаниям, умениям и готовностям обучающегося.</p> <p>Данная дисциплина базируется на знаниях, полученных в рамках дисциплины «Психология», «Основы менеджмента», «Социальная психология».</p> <p>3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.</p> <p>Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие основных общекультурных (ОК) и профессиональных (ПК) компетенций: ОК-6, ПК-6.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>а) знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – теоретические основы групповой динамики, понятие фасилитации; – характеристику психологических групп, групповых ролей, групповой сплоченности, сработанности, совместимости; – теоретические основы принятия группового решения; – методы и технологии фасилитации; – этические основы работы с группой; <p>б) уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – диагностировать состояние групповой динамики; – выявлять распределение ролей в группе; – выявлять лидера в группе; – диагностировать проблемные зоны группы при принятии решения; 	2	Зачет

	<ul style="list-style-type: none">– применять методы и технологии фасилитации в зависимости от типа и характера групповой работы; <p>в) владеть:</p> <ul style="list-style-type: none">– навыками анализа групповой динамики;– навыками применения методов и технологий работы с группой.		
--	---	--	--