

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева»

СОГЛАСОВАНО

Председатель Ученого совета
института  Г.В. Палаткина
«31» 08 2023 г.



ТВЕРЖДАЮ

А.В. Титов

» 08 2023 г.

09-07-04/180 от 21.06.2021

номер внутривузовской регистрации

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
(с дополнениями и изменениями)

Направление подготовки /специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) ОПОП	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	заочная
Объем образовательной программы	240 з.е.
Срок освоения	4 года 6 месяцев
Государственная итоговая аттестация	подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)
Выпускающие подразделения	Институт права, экономики и образования, кафедра теории права, международного права и сравнительного правоведения
Директор института	Г.В. Палаткина, профессор, д.п.н.
Руководитель ОПОП	Т.А. Тризно, к.пол.н.
Год приема	2021

Астрахань – 2023 г.

1. Общие положения

1.1. Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) подготовки бакалавра

Основная профессиональная образовательная программа (ОПОП) бакалавриата, реализуемая ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, который представлен в виде общей характеристики образовательной программы, учебного плана, календарного учебного графика, рабочих программ дисциплин (модулей), программ практик, оценочных средств, методических материалов, включенных в состав образовательной программы и разработанную университетом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по соответствующему направлению подготовки высшего образования, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 N 512 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 N 47220).

ОПОП отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. Она регламентирует цели, ожидаемые результаты обучения, содержание и структуру основной профессиональной образовательной программы, условия и технологии реализации образовательного процесса, содержит рекомендации по разработке фонда оценочных средств, включает учебный план, примерные рабочие программы дисциплин, практик, государственной итоговой аттестации.

1.2. Нормативные документы для разработки программы бакалавриата

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

– Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 N 512 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью" (Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 N 47220).

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования РФ от 6 апреля 2021 г. № 245 (далее – Порядок организации образовательной деятельности);

– Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636.

– Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020;

– Методические рекомендации к организации образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащенности образовательного процесса (Письмо Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.04.2014 г. №АК-44/05вн);

- Устав федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Астраханский государственный университет».
- Нормативно-методические документы Минобрнауки России.
- Локальные нормативные акты Университета.

1.3. Общая характеристика ОПОП бакалавриата

1.3.1. Цель (миссия) ОПОП

ОПОП бакалавриата имеет своей целью развитие у студентов личностных качеств, а также формирование универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Цель (миссия) ОПОП – обеспечить формирование специалиста в области рекламы и связей с общественностью, профессионала высокого уровня, социально мобильного, целеустремленного, организованного, трудолюбивого, ответственного, с гражданской позицией, толерантного, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность на основе овладения общекультурными и профессиональными компетенциями; личности, способной ориентироваться в сложных реалиях современного мира и самостоятельно принимать адекватные решения.

Целями ОПОП являются:

- подготовка в области основ гуманитарных, социальных, экономических, математических и естественнонаучных знаний;
- получение высшего профилированного образования, позволяющего выпускнику быть конкурентоспособным и успешно работать в сфере рекламы и связей с общественностью обладать универсальными и профессиональными компетенциями, способствующими его социальной мобильности и устойчивости на рынке труда;
- профессиональная ориентация обучающихся на освоение основной образовательной программы бакалавриата в соответствии с данным направлением подготовки, по результатам успешной сдачи государственной итоговой аттестации выпускнику присваивается квалификация (степень) – «бакалавр»;
- формирование следующих социально-личностных качеств студентов: целеустремленности, организованности, трудолюбия, ответственности, гражданственности, коммуникативности, толерантности, повышение их общей культуры, способности к социальной адаптации, реализации творческого потенциала личности, понимания социального значения и социальных последствий профессиональной деятельности в соответствии с профилем.

1.3.2. Срок получения образования по программе бакалавриата (вне зависимости от применяемых образовательных технологий)

- в заочной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года 6 месяцев;
- при обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год (лет) по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

При реализации программы бакалавриата возможно применение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

1.3.3. Объем программы бакалавриата составляет 240 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану.

Объем программы бакалавриата, реализуемый за один учебный год, составляет не

более 60 з.е. вне зависимости от формы обучения, применяемых образовательных технологий, реализации программы бакалавриата с использованием сетевой формы, реализации программы бакалавриата по индивидуальному учебному плану (за исключением ускоренного обучения), а при ускоренном обучении – не более 75 з.е.

Трудоемкость одной зачетной единицы – 36 академических часов.

Общая трудоемкость включает все виды учебной деятельности.

1.4 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП (к абитуриенту)

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем общем образовании или о среднем профессиональном образовании, или о высшем образовании.

Прием на обучение осуществляется на бюджетной основе и на основе договоров с оплатой стоимости обучения. Обучение за счет средств федерального бюджета осуществляется на конкурсной основе в пределах установленных цифр приема по направлению ОПОП ВО. Дополнительные внеконкурсных испытаний и требований к поступлению абитуриентов по данному ОПОП ВО не требуется.

2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника

2.1. Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата, могут осуществлять профессиональную деятельность:

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

сфера рекламы и связей с общественностью.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

2.2. Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программы бакалавриата, вне зависимости от присваиваемой квалификации являются:

– текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам общественности.

2.3. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), приведен в Приложении 1.

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), представлен в Приложении 2.

2.4. В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов:

- авторский
- редакторский
- проектный

- маркетинговый
- организационный
- социально-просветительский
- технологический

Бакалавр по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности

Таблица 1. Основные задачи профессиональной деятельности выпускников (по типам)

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания) (при необходимости)*
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы); сфера рекламы и связей с общественностью	проектный	участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам общественности
	технологический	участие в производственном процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникационных технологий	
	организационный	участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, а также в формировании эффективных внутренних коммуникаций	
	социально – просветительский	продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	
	авторский	осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	
	редакторский	осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	
	маркетинговый	продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	

3. Требования к результатам освоения ОПОП бакалавриата

Таблица 2. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи
		УК-1.2. Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи
		УК-1.3. Рассматривает возможные варианты решения задачи, оценивая их достоинства и недостатки
		УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности
		УК-1.5. Определяет и оценивает последствия возможных решений задачи
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение. Ожидаемые результаты решения выделенных задач.
		УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений.
		УК-2.3. Решает конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время.
		УК-2.4. Публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта.
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде.
		УК-3.2. Понимает особенности поведения выделенных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.).
		УК-3.3. Прогнозирует результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата.
		УК-3.4. Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, и презентации результатов работы команды.
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном	УК-4.1. Выбирает на государственном и иностранном (ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами.
		УК-4.2. Использует информационно- коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (ых) языках.

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
	языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (ых) языках.
		УК-4.4. Демонстрирует интегративные умения использовать диалогическое общение для сотрудничества в академической коммуникации общения: • внимательно слушая и пытаюсь понять суть идей других, даже если они противоречат собственным воззрениям; • уважая высказывания других, как в плане содержания, так и в плане формы; • критикуя аргументированно и конструктивно, не задевая чувств других; адаптируя речь и язык жестов к ситуациям взаимодействия.
		УК-4.5. Демонстрирует умение выполнять перевод профессиональных текстов с иностранного (ых) на государственный язык и обратно.
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК – 5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп.
		УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения.
		УК-5.3. Умеет недискриминационно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.), для успешного выполнения порученной работы.
		УК-6.2. Понимает важность планирования перспективных целей собственной деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда.
		УК-6.3. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата.
		УК-6.4. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков.
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни.
		УК-7.2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности.

Категория универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты.
		УК-8.2. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте.
		УК-8.3. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте, в т.ч. с помощью средств защиты.
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знать закономерности функционирования современной экономики, основные понятия, категории и инструменты экономической теории
		УК-9.2. Уметь анализировать во взаимосвязи социально-значимые проблемы, явления и процессы, использовать основные методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач
		УК-9.3. Владеть основами финансовой грамотности, способностью принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1. Анализировать, воспринимать и толковать нормативно-правовые акты о противодействии коррупции
		УК-10.2. Понимать сущность коррупционного поведения, причины появления и формы его проявления в различных сферах общественной жизни
		УК-10.3 Владеть навыками противодействия различным проявлениям коррупционного поведения

**Таблица 3. Общепрофессиональные компетенции выпускников
и индикаторы их достижения**

Категория общепрофессиональ- ных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медiateксты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медiateкстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ
		ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медiateкстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медiateкстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
		ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

Категория общепрофессиональ- ных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Медиакоммуникаци- онная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникаци- онных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
		ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Таблица 4. Профессиональные компетенции выпускников
и индикаторы их достижения

Задача ПД	Код и наименование профессиональ- ной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)*
Тип задач профессиональной деятельности: организационный			
Участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации, а также в формировании эффективных	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникаци- онных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
		ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии	

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)*
внутренних коммуникаций		ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
Тип задач профессиональной деятельности: авторский			
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационно го продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественно го опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
		ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта	
		ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	
		ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде	
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый			
Продвижение коммуникационно го продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-3. Способность применять основные технологии маркетингов ых коммуникац ий при разработке и реализации коммуникаци онного продукта	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
		ПКО-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта	
		ПКО-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
Тип задач профессиональной деятельности: технологический			
Участие в производственном процессе выпуска коммуникацион- ного продукта с применением современных	ПК-4. Способен применять в профессионал ьной деятельности основные	ПК-4.1. При реализации коммуникационного продукта использует технологии медиарилейшнз и медиапланирования в офлайн и онлайн среде	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)*
информационных и коммуникационных технологий	технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-4.2. При подготовке текстов рекламы и (или) связей с общественностью использует основные технологии копирайтинга в онлайн и офлайн среде.	
		ПК-4.3. Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	
		ПК-4.4. Участвует в формировании корпоративной культуры организации с помощью основных инструментов внутренних коммуникаций	
		ПК-4.5. Использует современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и (или) связей с общественностью, реализации коммуникационного продукта	
Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский			
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	ПК-5. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности	ПК-5.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
		ПК-5.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	
Тип задач профессиональной деятельности: редакторский			
Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	ПК-6. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-6.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
		ПК-6.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала	

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)*
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-7. способен разрабатывать и продвигать коммуникационный проект в сфере рекламы и связей с общественностью на всех этапах его жизненного цикла	ПК-7.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам
		ПК-7.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	
		ПК-7.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта	

4. Требования к структуре программы бакалавриата

Структура программы бакалавриата включает следующие блоки:

Блок 1 «Дисциплины (модули)»;

Блок 2 «Практика»;

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

При разработке программы бакалавриата обучающимся обеспечивается возможность освоения элективных дисциплин (модулей) и факультативных дисциплин (модулей). Факультативные дисциплины (модули) не включаются в объем программы бакалавриата.

Объем обязательной части, без учета объема государственной итоговой аттестации, должен составлять не менее 40 процентов общего объема программы бакалавриата.

Объем контактной работы включает контактную работу при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям), промежуточной аттестации обучающихся, итоговой (государственной итоговой) аттестации и практики.

4.1. Календарный учебный график (Приложение 3)

4.2. Учебный план подготовки бакалавра (Приложение 3)

4.3. Матрица компетенций (Приложение 4)

4.4. Рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) (Приложение 5)

Блок 1. ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)

Обязательная часть

Б1.Б.01 ИСТОРИЯ

Цель дисциплины: образование, развитие и воспитание личности студента, обладающего историческим сознанием, способного к самоидентификации и определению

своих ценностных приоритетов на основе осмысленного исторического опыта своей страны и человечества в целом, активно и творчески применяющего исторические знания в учебной и социальной деятельности.

Задачи:

- развитие способности понимать историческую обусловленность явлений и процессов современного мира, определять собственную позицию по отношению к окружающей реальности, соотносить свои взгляды и принципы с исторически возникшими мировоззренческими системами;
- освоение систематизированных знаний об истории человечества и российской цивилизации, важнейших элементов теоретико-методологических знаний, формирование целостного представления о месте и роли России во всемирно-историческом развитии;
- овладение умениями и навыками поиска, систематизации и комплексного анализа исторической информации;
- формирование исторического мышления
- способности рассматривать события и явления с точки зрения их исторической обусловленности, сопоставлять различные версии и оценки исторических событий и личностей, определять собственное отношение к дискуссионным проблемам прошлого и современности;
- воспитание патриотических чувств и гражданских качеств на основе духовно-нравственного опыта предшествующих поколений.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5.

Краткое содержание

Теория и методология исторической науки. Древняя Русь и социально-политические изменения в русских землях в XIII–XV вв. Образование и развитие Московского (Российского) централизованного государства. Российская империя в XVIII–начале XX вв. Советская Россия в 1917–1922 гг. СССР в 1922–1991 гг. Становление новой Российской государственности с 1992 г. до наших дней.

Б1.Б.02. ФИЛОСОФИЯ

Цель дисциплины: сформировать у студентов основы философского мировоззрения, развитие самостоятельного и критического (научно-философского) мышления.

Задачи:

- ознакомить студента с многообразием подходов философского осмысления проблем человека, общества, культуры, познания, бытия;
- сформировать у него практические навыки методологического анализа философских и мировоззренческих проблем;
- на основе изучения многообразия подходов философского анализа и приобретения навыков философского осмысления мировоззренческих проблем, помочь студенту выработать собственную картину мира и определить жизненную позицию.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5.

Краткое содержание

Философия, ее предмет и место в культуре. Исторические типы философии. Философия античности. Философия средневековья и Возрождения. Философия Нового времени. Русская философия. Современные течения в философии. Социальная философия и философия истории. Философия культуры и философия искусства. Философские проблемы в области профессиональной деятельности.

Б1.Б.03 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель дисциплины: повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, овладение студентами необходимым и

достаточным уровнем коммуникативной компетенции для использования знания иностранного языка в профессиональной деятельности, профессиональной коммуникации и межличностном общении.

Задачи:

- развитие навыков чтения литературы по профилю с целью извлечения информации,
- развитие навыков публичной речи (сообщение, доклад, дискуссия) в рамках специальности,
- знакомство с основами реферирования, аннотирования и перевода литературы по профилю.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4

Краткое содержание

Коммуникация. Средства коммуникации. Выражение своего мнения. Знакомство on-line. Выражения вероятности. Модальные глаголы.

Электронная коммуникация. Как достичь успеха. Изобретения, инновации. Выражения надежд, мечтаний, амбиций. Возможности человека. Достижения. Present Perfect. Презентация бизнес идеи. Навыки конспектирования устной речи на английском языке.

Планирование встреч и событий. Внесение изменений в планы. Речевые формулы «предложений и обещаний».

Путешествия и мир вещей. Описание предметов и продуктов. Неожиданные ситуации и проблемы в путешествии. Навыки управления личными финансами.

Личностные качества человека. Ролевые модели и влияние других людей. Рабочие качества и профессии. Сравнительные степени прилагательных.

Мир вокруг нас: проблемы и решения. Бытовые проблемы в жилище. Обсуждение и поиск решения проблемы. Проблемы и их решения в бизнес среде. Культурные особенности поведения людей в конфликтной ситуации.

Делимся опытом: жизненные и деловые ситуации. Описание ошибок и вероятностей развития событий в прошлом. Помощь и поддержка в сложных ситуациях. Критика прошлых действий. Культурные особенности и социальные нормы. Организация поездки.

Б1.Б.04 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины: формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

Задачи:

- приобретение понимания проблем устойчивого развития и рисков, связанных с деятельностью человека;
- овладение приемами рационализации жизнедеятельности, ориентированными на снижения антропогенного воздействия на природную среду и обеспечение безопасности личности и общества.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-8

Краткое содержание

Нормативно-правовая база БЖД. Опасности и чрезвычайные ситуации. Анализ риска и управление рисками. Защита населения и территорий от чрезвычайных ситуаций. Классификация чрезвычайных ситуаций и причины их возникновения. Чрезвычайные ситуации техногенного характера.

Чрезвычайные ситуации биолого-социального характера. Биологические опасности и защита от них. Чрезвычайные ситуации экологического характера. Чрезвычайные ситуации природного происхождения. Безопасность жизнедеятельности в чрезвычайных ситуациях

социально-психологического характера. Сравнительный анализ экологической безопасности на примере разных стран

Безопасность деятельности в ЧС и в условиях производства. Защита населения в ЧС. Гражданская оборона. Средства индивидуальной и коллективной защиты. Первая доврачебная медицинская помощь. Опасные производственные факторы. Промышленная безопасность. Обеспечение комфортных условий для жизни и деятельности человека. Физиология труда. Информационная безопасность, ее сущность и содержание.

Б1.Б.05 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Цель дисциплины: формирование основ здорового образа жизни, развитие творческой самостоятельности посредством освоения двигательной деятельности

Задачи:

- формирование общих представлений о физической культуре, ее значении в жизни человека, роли в укреплении здоровья, физическом развитии и физической подготовленности;
- развитие интереса к самостоятельным занятиям физическими упражнениями, подвижным играм, формам активного отдыха и досуга;

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-7

Краткое содержание

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья. Общая физическая и спортивная подготовка в системе физического воспитания. Самоконтроль занимающихся физическими упражнениями и спортом. Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов. Физическая культура в профессиональной деятельности бакалавра.

Б1.В.06 ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ

Цель дисциплины: формирование основ здорового образа жизни, развитие творческой самостоятельности посредством освоения двигательной деятельности.

Задачи:

- формирование общих представлений о физической культуре, ее значении в жизни человека, роли в укреплении здоровья, физическом развитии и физической подготовленности;
- развитие интереса к самостоятельным занятиям физическими упражнениями, подвижным играм, формам активного отдыха и досуга.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-7

Краткое содержание

Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студентов.

Социально-биологические основы физической культуры. Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья. Физические качества человека. (сила, выносливость, гибкость, быстрота, ловкость). Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе. Олимпийское движение.

Спорт. Индивидуальный выбор видов спорта или систем физических упражнений. Подвижные и спортивные игры в системе физического воспитания

Профессионально-прикладная физическая подготовка (ППФП) студентов, производственная физическая культура. Методики эффективных и экономичных способов овладения жизненно важными умениями и навыками (ходьба, бег, плавание). Методы самоконтроля состояния здоровья и физического развития (стандарты, индексы, программы, формулы и др.). Методы самоконтроля за функциональным состоянием организма (функциональные пробы).

Легкая атлетика. Основы техники безопасности. Обучение и овладение двигательными навыками и умениями. Гимнастика. Основы техники безопасности. Разнообразные комплексы

ОРУ для развития физических качеств. Общая физическая подготовка. Средства и методы ОФП. Специальные упражнения для развития физических качеств. Контрольные тесты. Спортивные игры. Основы техники безопасности. Обучение элементам техники, тактики спортивных игр. Учебные игры. Плавание Основы техники безопасности на занятиях по плаванию. Правила поведения на воде Начальное обучение плаванию. Спасение утопающих, первая помощь. Общая и специальная подготовка пловца (общие и специальные упражнения на суше).

Б1.Б.07 ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА

Цель дисциплины: приобщение студентов к культурному наследию народов России, к общечеловеческим ценностям предшествующих поколений, воплощенным в религиозных верованиях, фольклоре, народных традициях и обычаях (нравственном опыте поколений), в искусстве; воспитание духовно-нравственного гражданина России, любящего свое Отечество, способного к нравственному совершенствованию и развитию.

Задачи:

- изучение основ морали, ценности, ориентированные на соизмерение своих поступков с нравственными идеалами, на осознание своих обязанностей перед семьёй, страной;
- развитие толерантного отношения к людям другой культуры у молодежи;
- формирование эмоционально-личностного отношения к обсуждаемому материалу, выработке собственной системы ценностей, активизации процессов мышления у молодежи

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5

Краткое содержание

Биологическая и социальная стороны развития человека. Включенность человека в систему многообразных социальных отношений. Проблема жизни и смерти как предмет изучения эмоционального восприятия и размышлений человека. Самоценность человеческой жизни. Смысл жизни человека.

Духовный кризис общества, его сущность и причины. Проблема суицида в молодежной среде. Духовность, физическое и психическое здоровье человека, их взаимовлияние. Типы и уровни духовности. Формы и особенности проявления духовности у детей и взрослых.

Возможности и границы духовного самосовершенствования человека. Критерии духовного развития человека в различные периоды жизни. Духовные идеалы и высшие духовные ценности. Распространение нетрадиционной духовности, ее воздействие на психику и сознание человека. Духовное богатство личности – основной капитал человека.

Б1.Б.08 СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Цель дисциплины: формирование у студентов языковой, лингвистической и коммуникативной компетенции, активизация его социально и профессионально значимой речевой деятельности.

Задачи:

- формированию у студента основных аспектов культуры речи как социального феномена и учебной дисциплины;
- изучение категории и понятия культуры речи.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4

Краткое содержание

Роль языка в жизни людей и социальная значимость речевой культуры. Язык как система. Единицы языка. Уровни языка. Парадигматические и синтагматические отношения.

Функции языка. Язык и речь. Понятие о национальном языке. Система функциональных стилей современного русского литературного языка как объект функциональной стилистики. Культура речи. Аспекты изучения культуры речи.

Прагматические аспекты культуры речи как умения пользоваться языком. Правильность речи как соответствие ее структуры нормам литературного языка и его системе. Норма и целесообразность как регуляторы речевого поведения человека. Литературная норма. Вариативность норм и нарушение норм. Типология языковых норм.

Орфоэпические нормы. Нормы ударения. Варианты ударения. Произношение гласных, согласных, иноязычных слов. Лексические нормы. Морфологические нормы. Синтаксические нормы. Принципы русской орфографии. Орфографические нормы русского языка.

Культура речевого общения. Экстралингвистические факторы, влияющие на успешность речевого общения. Нравственные установки участников речевой коммуникации. Доказательность и убедительность речи. Невербальные средства общения. Мимика, жесты, интонация, пауза, ее типы.

Мастерство публичного выступления. Подготовка к выступлению: основные этапы. Логико-композиционное построение ораторской речи. Словесное оформление публичного выступления. Контакт в публичном выступлении. Приемы управления аудиторией.

Официально-деловая письменная речь. Интернациональные свойства официально-деловой письменной речи. Культура официальной переписки. Требования к языку и стилю документов. Реклама в деловой речи.

Б1.Б.09 ЭКОНОМИКА

Цель дисциплины: формирование основополагающих знаний по экономике, лежащей в основе всей системы экономических дисциплин и формирование научного экономического мировоззрения.

Задачи:

- получить представление об основных этапах и направлениях становления и развития экономики;
- овладеть категориальным аппаратом экономики, методологией и инструментарием исследования экономических явлений и процессов на микро - и макроуровнях;
- приобрести умения анализировать поведение отдельных, так и агрегированных экономических субъектов, рынков;
- сформировать компетенции, необходимые в профессиональной деятельности бакалавра по направлению Документоведение и архивоведение.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-9

Краткое содержание

Роль и сущность экономики. Эволюция развития экономической науки. Общественное производство и его стадии. Три главных вопроса экономики. Основное условие успешного функционирования экономической системы – эффективный способ использования факторов производства. Противоречие между потребностями и ограниченностью ресурсов.

Факторы современного производства. Экономические отношения в обществе. Собственность и организационно-правовые формы предприятий и предпринимательства. Право собственности. Отношение собственности. Отношения собственности на средства производства. Собственность. Экономическая и юридическая сущность собственности. Субъект и объект собственности и их взаимодействие. Основные типы и формы собственности: частная и общественная собственность. Формы организации предпринимательства и предприятий: индивидуальные, товарищества, акционерные общества, унитарные предприятия. Кооперативы.

Денежное обращение в условиях рыночной экономики. Макроэкономика: показатели, экономический рост, нестабильность. Методы государственного воздействия на экономику. Безработица: причины, виды, последствия. Сущность и виды инфляции. Особенности инфляции в России. Государственное макроэкономическое регулирование. Мировая экономика.

Б1.Б.10 КУЛЬТУРОЛОГИЯ

Цель дисциплины: познакомить студентов с теорией и историей мировой культуры, сформировать целостное видение мирового культурного процесса, определить место и роль в нем Российской культуры.

Задачи:

- изучить основные методы культурологического анализа и теоретического понимания культуры;
- подготовить студентов к профессиональной деятельности в мультикультурном социуме;
- сформулировать методологические навыки помогающие выделить доминирующие в той или иной культуре ценности, значения и смыслы, составляющие историко-культурное и социокультурное своеобразие.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3

Краткое содержание

Предмет культурологии. Место культурологии в системе гуманитарного знания. Методология изучения культуры. Структура и функции культуры. Культура и цивилизация. Типология культуры. Основные научные подходы к изучению культуры в конце XIX – XX вв.: А. Я. Данилеский, О. Шпенглер, А. Тойнби. Человек и культура с точки зрения теории психоанализа, динамическая концепция личности в теориях З. Фрейда и К. Юнга. Концепция игровой культуры Й. Хейзинги. Теория осевого времени К. Ясперса. Теория социокультурной динамики П. А. Сорокина.

Б1.Б.11 ПСИХОЛОГИЯ

Цель дисциплины: формирование у студентов базовых знаний о закономерностях развития и функционирования психики человека, особенностях поведения, деятельности и обучения людей, обусловленных их включением в социальные группы, а также об основных характеристиках самих групп и закономерностях педагогического процесса и образования.

Задачи:

- рассмотреть философские и естественнонаучные предпосылки развития психологии; изучаются предмет, функции, категории и методы психологии, ее основные школы и отрасли;
- проанализировать стадии и уровни развития психики человека; формируется представление об ощущениях, восприятии, внимании, памяти, их свойствах и взаимодействии; рассматриваются виды мышления, единство мышления, речи и общения; изучаются структура, факторы развития, методы оценки интеллекта; взаимосвязь творческого мышления и интуиции.
- рассмотреть типы темпераментов и характеры личности, волевые качества, эмоции, потребности и мотивы поведения;
- раскрыть сущность процесса социализации личности, формирования ее социальных установок;
- рассмотреть закономерности процесса общения в единстве трех его сторон: коммуникации, социального взаимодействия (интеракции) и взаимного восприятия людей (перцепции).

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4, УК-6

Краткое содержание

Предмет и методы психологии. История становления психологии. Становление и развитие отечественной психологии в конце XIX – начале XX века. Современные направления психологии в России. Основные школы и достижения мировой и отечественной психологии. Становление психики человека. Познавательные процессы: ощущение, восприятие, внимание. Память и воображение. Основные процессы памяти. Понятие о воображении. Интеллект, мышление, речь, творчество. Формирование и развитие личности.

Темперамент и характер. Эмоциональный мир личности. Мотивация и деятельность личности. Межличностные отношения. Психология общения. Социальные общности и социальные группы. Социально – психологические конфликты

Б1.Б.13 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины: приобретение систематических знаний в области теоретических основ компьютерных технологий и информатики (хранение, передача и обработка информации, представление информации в компьютере), умений эффективного использования информационных средств и ресурсов, ознакомление с основами современных информационных технологий и тенденциями их развития.

Задачи:

- изучение основных понятий, методов и приемов информатики и компьютерных технологий;
- формирование умения использовать в профессиональной деятельности математические методы;
- формирование умения создавать базы данных;
- формирование навыков работы на персональной электронно-вычислительной машине с прикладными программными средствами;
- формирование навыков работы в компьютерной сети Интернет.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6

Краткое содержание

Основные понятия теории информации. Цели и задачи информатики. Понятие информации, общая характеристика процессов сбора, передачи, обработки и накопления информации. Свойства информации. Данные. Операции с данными. Кодирование текстовых, числовых, графических данных. Основные структуры: линейные, табличные, иерархические. Технические средства реализации информационных процессов. Программные средства реализации информационных процессов. Программное обеспечение, его уровни. Классификация программного обеспечения.

Работа в текстовом процессоре. Режимы отображения. Создание документа: форматирование текста, проверка правописания, тезаурус, автоформат и автозамена. Вставка рисунков, формул и таблиц. Создание презентаций. Электронные таблицы. Алгоритмы и алгоритмизация. Визуализация алгоритмов. Базы данных. Основы работы в Интернете. Основные службы Интернета. Методы и средства защиты информации. Электронная подпись.

Б1.Б.14 СОЦИОЛОГИЯ

Цель дисциплины: сформировать у студентов социологический взгляд на реальное функционирование института рекламы в современном социуме, ее цели и средства воздействия на аудиторию, механизмы и результаты этого воздействия, а также ознакомить с арсеналом методов социологического исследования рекламной деятельности.

Задачи:

- ознакомить студентов с основными направлениями социологических исследований рекламной деятельности и их результатами; дать представления о сложившемся к настоящему времени методическом инструментарии социологического анализа рекламной сферы;
- сформировать практические навыки использования различных методов социологического изучения указанной сферы.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-2, ОПК-4.

Краткое содержание

Рекламная деятельность как объект. Реклама как социальный институт. Социология потребления как основа. Сегментирование аудитории рекламы. Содержание рекламы как

производное. Социологический анализ языка. Язык рекламы – инструмент социальной коммуникации. Отношение российской аудитории к рекламе и методы его социологического исследования. Социальное влияние рекламы. Критический взгляд на рекламу.

Б1.Б.15 СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цель дисциплины: изучение студентами реального функционирования института СМК в современном социуме, социологических методов исследования коммуникационной деятельности, и, в координации с другими дисциплинами специализации в области связей с общественностью, формирование системного комплекса знаний по данному направлению обучения.

Задачи:

- изучение основных теорий и представлений о функционировании массовой коммуникации в современном обществе;
- выработка системного комплекса знаний о функционировании в современном обществе информационной индустрии как социального института;
- формирование представления о массовых коммуникациях как социальном институте;
- применение социологического подхода к деятельности СМК, как системы реально функционирующей в широком социальном контексте, включающем исторические модели организации СМК в национальных границах;
- знакомство с социологическими методами мониторинга качественных и количественных характеристик основных звеньев коммуникативной цепи;
- изучение релевантности между деятельностью средств массовой коммуникации в современном мире и деятельностью в сфере связей с общественностью;
- рассмотрение места социологических исследований СМК в процессе принятия решения в сфере деятельности по связям с общественностью;
- изучение влияния СМК на индивида, социум, общественное мнение.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-2, ОПК-4

Краткое содержание

Предмет социологии коммуникации. Аналитические групповые доклады. Проблема коммуникаций в современной социологии. Системность коммуникации и виды коммуникативных систем. Уровни организации коммуникации. Типы коммуникации. Модели коммуникации. Изучение массовой коммуникации: теоретический аспект. Институты коммуникации в ракурсе взаимодействия с политикой и экономикой

Б1.Б.16 ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цель дисциплины: ознакомление с базовыми теоретическими и практическими сведениями по психологии массовой коммуникации.

Задачи:

- изучение основных социально-психологических подходов, используемых в психологии массовой коммуникации;
- рассмотрение закономерностей психических познавательных, мотивационных, эмоциональных процессов, аудитории в ходе массовой коммуникации;
- изучение методов и методик изучения психологических особенностей аудитории в ходе массовой коммуникации;
- овладение умением анализировать психологические особенности аудитории и учитывать их при организации коммуникативных процессов;
- овладение умением анализировать психологические особенности коммуникатора и имидж коммуникатора в ходе массово-коммуникационных процессов;
- овладение умением осуществлять психологический и логический анализ сообщений СМК;

- овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере связей с общественностью;
- изучение психологических закономерностей творческих процессов, овладение приемами активизации творческих способностей в журналистской деятельности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-4

Краткое содержание

Массовая коммуникация в парадигме социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации. Роль установки и стереотипа в процессе массовой коммуникации. Психологические виды воздействия в ходе массовой коммуникации. Психология процесса коммуникации. Специфика информационных процессов субъекта, включенного в массовую коммуникацию. Мотивы и потребности в ходе массовой коммуникации. Массовое поведение и психологические эффекты массовой коммуникации. Аудитория средств массовой коммуникации.

Психологический анализ средств массовой коммуникации. Психология коммуникатора в условиях массовой коммуникации. Сообщение в массовой коммуникации. Психология творчества журналиста и создателя рекламы.

Б1.Б.17 ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Цель дисциплины: освоение студентами основ маркетингового подхода в современной рекламе и формирование представлений о возможности использования полученных знаний в будущей профессиональной деятельности.

Задачи:

- освоение основных важнейших теоретических вопросов маркетинговых коммуникаций и содержания их основных элементов: рекламы, стимулирования сбыта, персональной продажи и связей с общественностью;
- изучение современной коммуникационной политики и интегрированных маркетинговых коммуникаций;
- умение разрабатывать коммуникационные стратегии предприятия;
- обучение студентов применению маркетинговых коммуникаций
- овладение теоретическими знаниями в области маркетинговых коммуникаций;
- изучение отдельных элементов коммуникативного комплекса;
- теоретических основ формирования коммуникативной стратегии предприятия или организации;
- изучение особенностей формирования коммуникаций в коммерческих и некоммерческих организациях;
- приобретение практических навыков по формированию коммуникативной стратегии предприятия или организации;
- приобретение практических навыков по разработке коммуникативных программ;
- получение навыков анализа информации, полученной в процессе проведения маркетинговых коммуникаций.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-3

Краткое содержание:

Природа маркетинговых коммуникаций и управление продвижением товара. Маркетинг как современный подход к управлению экономическими и социальными отношениями

Интегрированные маркетинговые коммуникации. Реклама как вид маркетинговых коммуникаций

Связи с общественностью как коммуникационный инструмент маркетинга. Стимулирование сбыта и продаж. Директ-маркетинг как инструмент маркетинговых

коммуникаций. Сетевой маркетинг как инструмент продвижения товара. Оценка эффективности коммуникационных стратегий.

Б1.Б.18 ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Цель дисциплины: формирование у студентов-социологов целостного представления об основах менеджмента, а также достаточного уровня культуры в области управления, позволяющего ориентироваться в проблемах современного общества.

Задачи:

- изучение основ принятия решений, в том числе в условиях неопределенности, кризисной ситуации и риска, основ стратегического управления, основ деловой этики
- изучение основ управления предприятием, что служит базой для практической деятельности будущего руководителя
- ознакомление с основами, методами и принципами управления производством, планирования деятельности фирм в условиях рынка.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-3, УК-6

Краткое содержание

История развития менеджмента. Структура управления. Цели в системе управления.

Функции управления. Понятие организации и организационной структуры. Динамические функции управления. Контроль в практике управления. Система средств управления.

Инновационный менеджмент. Управление персоналом.

Б1.Б.19 ОСНОВЫ ИНТЕГРИРОВАННЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цель дисциплины: дать студентам общетеоретические представления об ИК и сформировать стратегическое видение ИК в общей системе маркетинга как нового вида человеческой деятельности, в основе которой лежит поиск путей наиболее полного удовлетворения потребностей потребителя; сформировать у студентов представление о профессии, комплексе теоретических знаний и функций специалиста по связям с общественностью.

Задачи дисциплины:

- изучение теоретических подходов ИК на общей основе неклассической науки, этических оснований, исследовательских программ;
- знакомство с эмпирическим методом исследования социокультурной среды, медиапространства;
- освоение современных моделей и адекватных времени концепций ИК;
- освоение терминологического аппарата СО и рекламы;
- проведение СО и рекламных исследований при помощи различных методов, методик и техник, известных в социальных науках;
- планирование СО и рекламных акций, а также интегрированных кампаний (в т.ч. кампаний по связям с общественностью).

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-3

Краткое содержание

Связи с общественностью как область знаний и сфера профессиональной деятельности. История развития связей с общественностью. Возникновение связей с общественностью в России. Сферы, субъекты и объекты деятельности по связям с общественностью. Методы, функции и информационные основы СО-деятельности. Современные технологии, средства и инструменты связей с общественностью. Этические и правовые аспекты связей с общественностью.

Связи с общественностью в системе маркетинга и менеджмента. Отношения связей с общественностью и СМИ. Сферы применения связей с общественностью. Современные

интегрированные практики в различных сферах коммуникативного пространства. Интегрированные коммуникации в рекламной деятельности. История и виды рекламы. Средства распространения рекламы. Основные организационные структуры рекламной деятельности. Взаимодействие с различными видами аудиторий. Стратегия и тактика использования. Способы взаимодействия с общественностью. Основные рекламные тексты. Исследования в области рекламы. Международные и национальные профессиональные объединения специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Символика и бренд. Товар как знак. Имидж бренда. Идентичность бренда. Атрибуты бренда. Приверженность бренду. Управление репутацией. Управление имиджем и эффективность связей с общественностью.

Б1.Б.20 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИЙ

Цель дисциплины: познакомить студентов с системой коммуникаций во всем ее многообразии, с содержанием и структурой процесса коммуникации и изучить проблемы коммуникации

Задачи

- сформировать фундамент подготовки будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.
- создать необходимую базу для успешного овладения последующими специальными дисциплинами учебного плана.
- способствовать развитию творческих способностей студентов.
- научиться формулировать и решать задачи изучаемой специальности, творчески применять и самостоятельно повышать свои знания.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4, ПК-1

Краткое содержание

Исторические и современные аспекты изучения коммуникативной деятельности. Процесс коммуникации. Составляющие коммуникативного процесса. Модели коммуникативной деятельности. Содержание, средства и язык коммуникации. Теория речевых актов. Коммуникативный кодекс. Уровни коммуникации. Межличностная коммуникация. Коммуникативная личность. Коммуникация в малых группах. Виды профессионально ориентированной коммуникации. Публичная коммуникация. Межкультурная коммуникация.

Б1.Б.21 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

Цель дисциплины: дать студентам знания теории и практики массовой информации, системное представление об истории отечественных и зарубежных средств массовой информации, закономерностях развития периодической печати, журналистики и издательского дела в России и за рубежом, познакомить их с системой СМИ, ее функционированием, показать роль и место массовой информации в системе современной коммуникации, и, прежде всего, в практике связей с общественностью.

Задачи:

- дать студентам современные базовые знания об истории и теории массовой информации, структуре СМИ,
- привить практические навыки подготовки журналистских текстов, оценки их качества, созданию информационных, информационно-аналитических, аналитических и художественно-публицистических произведений журналистики и реализации их в повседневной деятельности специалиста по связям с общественностью.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4, ОПК-5, ПК-2.

Краткое содержание

История СМИ. Социально-политические реформы общества и возникновение журналистики. Развитие массовой прессы в странах Европы и России. Массовая информация и ее роль в современном мире. Особенности и основные этапы развития журналистики в XX веке. Современные средства массовой информации Российской Федерации. Средства массовой коммуникации: печать, радио и телевидение

Журналистика как сфера научной деятельности. Теория и методика журналистского творчества. Технические средства массовой коммуникации. Радиожурналистика. Технические средства радио. Производство радиопрограмм. Телевизионная публицистика. Технические средства телевидения. Производство телевизионных программ. Организация работы редакции: журналистский корпус. Средства массовой информации как предприятие: рынок современной прессы. Профессионально-этические правила и нормы: законодательство в журналистике. СМИ и связи с общественностью – система взаимодействия. Современные полиграфические технологии и основные этапы подготовки газетного номера. Организация работы по выпуску издания. Разработка композиционно-графической модели издания. Дизайн СМИ.

Б1.Б.22 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛОВ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель дисциплины: ознакомить студентов с современным опытом организации отдела рекламы и по связям с общественностью.

Задачи

- ознакомить студентов с системой организации отдела, функциях и задачах отдела;
- показать ролью отдела в реализации корпоративных программ;
- рассмотреть способы оценки эффективности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-10, ОПК-7, ПК-1.

Краткое содержание

Функции и задачи отдела по связям с общественностью и рекламы. Задачи отдела по связям с общественностью в области поддержания общекорпоративной стратегии и тактики, создании привлекательного имиджа и устойчивой позитивной репутации. Роль и место отдела по связям с общественностью и рекламы в фирме Система подчиненности в компании. Социальная ответственность бизнеса. Необходимость распространения правдивой информации о деятельности компании.

Структура отдела общественностью и рекламы, профессии в сфере связей с общественностью. Кадровая работа в отделе Роль отдела по связям с общественностью и рекламы в реализации общекорпоративной стратегии. Комментирование и интегрирование корпоративное политики. Кризисные коммуникации и управление проблемными ситуациями.

Пресс-центр. Кадровый состав издательского отдела. Планирование. Требования к иллюстрациям. Вопросы распространения корпоративного издания. Работа с авторами.

Б1.Б.23 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Цель дисциплины: формирование у студентов представления о специфике маркетинговых исследований, техниках и методиках их проведения в определённой рыночной ситуации.

Задачи

- ознакомить студентов с понятием и сущностью маркетинговых исследований и ситуационного анализа, различными методами сбора и анализа маркетинговой информации
- рассмотреть проблемы их применения на конкретных примерах из реальной практики исследований отечественного и зарубежного опыта.
- показать роль в маркетинге таких направлений исследований, как конкурентный анализ, сегментирование рынка, оценка спроса.
- рассмотреть способы оценки эффективности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-3

Краткое содержание

Маркетинговые исследования: определение, инструменты. Интегрированные коммуникации: определение, градация, кейсы. Маркетинговый анализ. DeDart архитектура. Исследование рынка. Изучение поведения потребителей. Изучение продукта. Изучение цены товара. Продажи и переговоры. Inbound маркетинг. Социальные медиа. Партнеры и дистрибуция товара. Исследование глобального рынка

Б1.Б.24 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ)

Цель дисциплины: формирование и совершенствование языковой и речевой компетенции студентов в области специального языка предметной области рекламы и связей с общественностью.

Задачи:

- овладение специальной лексикой сферы рекламы и связей с общественностью, установление терминологических русско-английских соответствий;
- закрепление курса «Интегрированные коммуникации (теория и практика рекламы и СО)» на английском языке;
- развитие специальных речевых навыков (умение провести презентацию, составить рекламный текст, осуществлять коммуникацию с представителями средств массовой информации на иностранном языке и т.п.);
- развитие навыков письма (составление пресс-релизов, политических речей и др. с учетом традиции, сложившейся в англоязычном мире)

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4

Краткое содержание

Определение PR. PR, реклама и маркетинг. PR и средства массовой информации. Медиарайтинг. PR и бизнес. Реклама. PR и политика. Спичрайтинг. PR и этика.

Б1.Б.25 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК-2

Цель дисциплины: обеспечить владение студентами умением пользования наиболее употребительными и простыми языковыми средствами во всех видах речевой деятельности.

Задачи:

- освоение английского языка при взаимодействии с другими дисциплинами общелингвистического, исторического и культурологического профиля и на этой основе развитие общей, коммуникативной и профессиональной компетенции студентов;
- овладение навыками пользования справочной литературой на английском языке (толковыми и другими словарями, справочниками, энциклопедиями), а также умения постоянно совершенствовать полученные в процессе обучения знания;
- овладение четырьмя видами коммуникативной деятельности: говорение, аудирование, чтение, письмо.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4.

Краткое содержание

Управление (Management). Маркетинг (Marketing). Искусство презентации. (Making presentations). Переговоры (Negotiations). Деловая документация (Business Documentation). Мотивация (Motivation). Научный язык (Academic language)

Б1.Б.26. СТИЛИСТИКА И ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ

Цель дисциплины: методическое обеспечение процесса получения студентами необходимых знаний в области стилистики и литературного редактирования, знакомство с

общетеоретическими вопросами и выработка практических навыков и умений работы с конкретными текстами.

Задачи:

- сформировать у студентов представление о системе стилистических категорий, о методике стилистического анализа, об особенностях функциональных стилей русского языка,
- развить умение владеть основными приёмами литературного редактирования.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ПК-2.

Краткое содержание

Объект и предмет стилистики. Понятие о современном русском литературном языке. Зарождение стилистики как науки. Понятие нормы как одно из важнейших в практической стилистике. Стилистическая система русского литературного языка. Функциональный стиль как одна из основных категорий стилистики. Официально-деловой стиль. Публицистический стиль. Разговорный стиль (речь). Язык радио и телевидения. Литературно-художественный стиль. Научный стиль. Стилистические ресурсы лексики. Стилистические ресурсы фразеологии. Эмоционально-экспрессивная окраска слова.

Б1.Б.27 ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

Цель дисциплины: формирование у студентов знаний и практических навыков поиска и анализа информации с помощью информационно-правовых справочных систем.

Задачи:

- рассмотреть со студентами вопросы технологий и методов обработки управленческой информации,
- изучить инструментальные и программные средства проектирования автоматизированных информационных систем, классификацию и типы управленческих информационных систем, интеллектуальные технологии и их применение при создании информационных систем в экономической и/или управленческой сфере,
- научить студентов применять телекоммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6, ПК-3

Краткое содержание

Информация. Единицы информации. Реквизиты. Виды и назначение информационно-справочных документов. Работа с информационно-справочными документами. Работа с информационно-справочными документами в СЭД. Информационно-справочные правовые системы. «КонсультантПлюс». Формирование собственной папки документов и системы закладок на заданную тему с помощью «КонсультантПлюс»

Б1.Б.28 ЛОГИКА

Цель дисциплины: формирование логической культуры мышления и аргументирования, необходимой для межличностной, групповой и массовой профессиональной коммуникации в экономической и социальной сферах общества.

Задачи

- формирование навыков строгого и последовательного построения логического рассуждения (точное и уместное употребление терминов языка и понятий, умение аргументировано, строго и доказательно изложить мысль и т. п.).
- приобретение навыков логического анализа и оценки высказываний в структуре рассуждений и доказательств.
- формирование основ культуры построения публичного выступления,
- общее знакомство с основными направлениями и методами логики и её прикладным применением

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1, УК-4.

Краткое содержание:

Предмет логики и её задачи. Понятие. Логические характеристики правовых понятий. Суждения. Общая характеристика суждений. Основные законы логики высказываний. Дедуктивные умозаключения. Элементы индуктивно-вероятностной логики и аналогии. Логические основы теории аргументации. Доказательная и недоказательная аргументация. Логика построения и проверки версий. Компьютерные системы хранения и поиска информации.

Б1.Б.29 ЭМПИРИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ

Цель дисциплины: формирование у магистрантов теоретического знания в области методологии, методики и техники проведения эмпирических социологических исследований и умений и навыков их практического применения.

Задачи:

- формирование представлений об эмпирической и прикладной социологии, видах социологических исследований, технологии подготовки и проведения конкретных исследований, обработки, анализа и интерпретации социологических данных;
- формирование умений и навыков проведения социологических исследований в области рекламы и связей с общественностью.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-2, ОПК-4

Краткое содержание:

Методология социологического исследования. Программа и план социологического исследования. Измерение социальных характеристик. Выборочный метод в социологическом исследовании. Наблюдение и анализ документов в социологическом исследовании. Опрос в социологическом исследовании. Социологический эксперимент в социологическом исследовании.

Б1.Б.30 ИСТОРИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Цель дисциплины: формирование у студентов системы начальных знаний истории журналистской деятельности в исторической ретроспективе, что необходимо для дальнейшего усвоения профессиональных знаний и овладения требуемыми умениями и навыками.

Задачи:

- показать значение отечественной журналистики в культурном наследии прошлого,
- рассмотреть со студентами роль отечественной журналистики в идейно-политической и литературной борьбе разных эпох, достижения в системе национального просвещения и в социально-политической, культурной жизни страны;
- познакомить студентов с деятельностью и литературным мастерством выдающихся русских публицистов,
- раскрыть закономерности развития отечественной печати, освещая направление и содержание важнейших периодических изданий XVIII – XX веков;
- изучить совместно со студентами историю развития газетно-журнальной периодики, информационных агентств, радиовещания, телевидения как единой системы национальных СМИ.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5

Краткое содержание:

Возникновение и развитие русской журналистики в XVIII в. Журналистика первой половины XIX в. в России. Журналистика второй половины XIX в. Журналистика начала XX

в. (1900 – 1917 гг.). Отечественная журналистика в период Временного правительства (февраль – октябрь 1917г.). Советская журналистика в 1917-1945 гг. Советская журналистика в послевоенный период (1946-1985 гг.). Средства массовой информации второй половины 1980-х – начала 90-х гг. Отечественная журналистика на рубеже 20-21 вв. Новые тенденции в современной журналистике.

Б1.Б.31 ИСТОРИЯ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЗАРУБЕЖНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Цель дисциплины: формирование у студентов системы представлений об истории журналистской деятельности зарубежных государств, о современных проблемах и тенденциях развития зарубежной журналистики, что необходимо для дальнейшего усвоения профессиональных знаний и овладения требуемыми умениями и навыками.

Задачи:

- содействовать всестороннему развитию будущих специалистов, так как предполагает овладение студентами знаний, регулирующих не только профессиональное поведение, но и поведение в различных секторах жизни общества.
- показать значение зарубежной журналистики в культурном наследии прошлого и в контексте современных реалий,
- изучить со студентами роль зарубежной журналистики в развитии массмедиа и ее вклад в мировую культуру;
- изучить совместно со студентами историю развития газетно-журнальной периодики, информационных агентств, радиовещания, телевидения как единой системы международных СМИ,
- познакомить студентов с деятельностью и литературным мастерством выдающихся зарубежных публицистов.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5

Краткое содержание

Массовые коммуникации в античной Европе и древнем Китае. Коммуникационные процессы в период Средневековья и Возрождения. Развитие периодической печати в период ранних буржуазных революций. Журналистика Великой французской революции и периода наполеоновских войн. XIX век: становление современной журналистики. Развитие газетной и журнальной периодики в первой половине XX века. Периодическая печать в Западной Европе и США 2-й пол. XX в. Зарубежные информационные агентства: история и современность. Зарубежные СМИ на современном этапе.

Б1.Б.32 ОСНОВЫ МЕДИАПЛАНИРОВАНИЯ

Цель дисциплины: изучение технологии медиапланирования, формирование комплекса знаний и навыков, необходимых для разработки медиапланов.

Задачи:

- освоение ключевых понятий теории медиапланирования, основных параметров медиапланирования, этапов процесса планирования рекламных кампаний;
- формирование умений владения исследовательским инструментарием медиапланирования и технологиями выбора рекламных носителей;
- формирование навыков составления медиаплана конкретных рекламных и PR-кампаний.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-4

Краткое содержание:

Основы медиапланирования. Медиапланирование как инструмент управления информационными кампаниями. Проблема управления информационными потоками в современной России. Медиапланирование как основная технология управления информацией и рекламой. Маркетинг и реклама. Рейтинг рекламных блоков и полос. Основные

медиапараметры. Основные понятия медиаисследований. Определение ошибки измерения рейтингов. Минимально значимый рейтинг. Объем репрезентативной выборки. Методики медиапланирования и данные медиаисследований.

Реклама и медиапланирование. Медиабаинг. Профессия медиабаер. Разработка медиаплана. Структура медиаплана. Понятие медиаплана. Основные этапы медиапланирования. Структура рекламного рынка и основные характеристики рекламоносителей.

Функции рекламного агентства. Критерии рекламоспособности медиа. Медиаисследования и медиаизмерения. Рынок региональной рекламы.

Средства массовой информации и носители рекламы. Традиционные, нетрадиционные и специализированные медиа. Основные носители рекламы и их характеристики. Реклама в прессе: особенности газетной рекламы. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Наружная и транзитная реклама, реклама в Интернете. Медиаметрия. Прикладные профессиональные программы в медиапланировании. Экономические основы медиапланирования.

Б1.Б.33 ПРАВОВЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ

Цель дисциплины: обучение студентов всем возможностям работы с системой Гарант, Консультант Плюс.

Задачи:

- поиск документов по заданным параметрам;
- подборка документов, когда их реквизиты известны только приблизительно;
- подборка документов, когда известны их только приблизительно содержание;
- нахождение информации по определенному правовому вопросу;
- работа с документами;
- подготовка документов и список документов для печати;
- экспорт документов из системы в текстовый редактор;
- работа с папками, закладками

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1

Краткое содержание

Место и роль СПС в современном информационном обществе (СПС – основной источник получения правовой информации, история развития СПС, обзор правовых интернет-ресурсов). Качество информационного наполнения СПС (проблема полноты информации, современные тенденции расширения информационного массива СПС, достоверность информации в СПС, оперативность актуализации банка документов).

Юридическая обработка правовой информации в СПС (классификация документов, различные виды классификаторов, выявление взаимосвязей документов, формирование ссылок, подготовка примечаний).

Экспертная обработка и анализ информации в СПС (аналитические материалы, правовой навигатор). Качество программных технологий СПС (поисковые возможности, программные технологии, технологии передачи информации). Сервисное обслуживание (особенности сервисного обслуживания СПС). Понятие и структура правовой информации (официальная правовая информация, информация индивидуально-правового характера, неофициальная правовая информация). Основы юридической техники (общее понятие и значение юридической техники, приемы и методы, специальные средства, порядок вступления в силу НПА). Сравнительный анализ СПС (Гарант, Консультант+, Кодекс). СПС «Гарант» СПС «Консультант+»

Б1.Б.34 ПРЕСС-СЛУЖБА

Цель дисциплины: дать студентам теоретическое представление об информационных основах связей с общественностью как особого и специфического рода социальной деятельности; знакомство с современной системой пресс-релейшнз, их спецификой и особенностями функционирования; формирование практических навыков делового общения

специалиста по связям с общественностью как с представителями СМИ всех видов и уровней, так и в контексте внутрикорпоративных коммуникаций.

Задачи: знакомство студентов с функциями работы современной пресс-службы и современной практикой ее деятельности в контексте конкретных общественно-политических, деловых и конфликтных ситуаций; овладение практическими профессиональными навыками на разных направлениях деятельности пресс-службы независимо от их видов и типов; усвоение типичных приемов общения с современным медиасообществом; знакомство с правовыми основами функционирования современных пресс-служб.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ПК-2

Краткое содержание

Современные пресс-службы. Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности. Российские государственные пресс-службы. Пресс-службы частных структур. Пресс-службы общественных структур. Сходство и различия в работе основных типов пресс-служб.

Специфика работы пресс-служб по отраслям деятельности. Пресс-служба: функции и структура функционирования в рамках конкретной организационной структуры. Распределение служебных обязанностей сотрудников пресс-службы. Квалификационные требования к работникам пресс-службы.

Медиарилейшнз. Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения, а психофизических качеств кандидата на должность пресс-секретаря. Функции пресс-секретаря. Права и обязанности пресс-секретаря. Формы работы пресс-службы со СМИ и внешней общественностью. Принципы организации пресс-конференции. Правовые и этические аспекты деятельности пресс-службы. Этика отношений пресс-службы и ее сотрудников в контексте информационного противостояния с внешней общественностью, представителями властных, политических и бизнес-структур, а также со СМИ.

Б1.Б.35 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ

Цель дисциплины: изучение студентами основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний, контроль их эффективности, формирование стройной системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы ее развития.

Задачи:

- изучение теоретических основ рекламного дела как научной и учебной дисциплины;
- анализ стратегических и тактических действий, связанных с организацией и управлением рекламной деятельностью, достижением высокой результативности рекламных кампаний;
- рассмотрение роли и функций основных участников и составляющих рекламного процесса;
- знакомство с последними теоретическими достижениями, а также практическими формами и методами организации и реализации рекламных кампаний;
- обобщение современного зарубежного и отечественного опыта.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-4, ПК-2, ПК-3

Краткое содержание

Понятие рекламы и ее классификация. Специфические виды рекламы. Социально-правовые аспекты и регулирование рекламной деятельности. Реклама и этика. Основные средства (каналы) распространения рекламы. Реклама в системе маркетинга. Стратегия позиционирования товара в маркетинге и рекламное обеспечение. Товарный знак, фирменный стиль, брэндинг и реклама. Реклама и формирование имиджевых стратегий.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Б1.В.1 ТЕХНОЛОГИИ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель дисциплины: получение теоретических знаний, а также формирование и закрепление практических навыков эффективного использования компьютерных и интернет технологий в сфере связей с общественностью.

Задачи:

- формирование у студентов целостного представления о современных технологиях в области компьютеров и телекоммуникаций;
- ознакомление студентов с конкретными решениями в области компьютерной технологии и телекоммуникационных средств;
- подготовка студентов к решению практических задач в области формирования общественных связей в условиях постоянно изменяющихся технологий;
- выработка у студентов профессионального взгляда на рекламную и ПР-деятельность, который поможет им в будущем создавать рекламные объявления, формирующие имидж фирмы и продвигающие товар на рынке, видеть достоинства и недостатки своей и чужой рекламной продукции и оценивать ее эффективность и действенность, сформировать навыки организации ПР-мероприятий в целях продвижения товара или услуги на современном рынке.
- закрепление практических навыков для применения их в профессиональной деятельности на корпоративном уровне.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-2, ПК-3, УК-7

Краткое содержание

Возникновение и эволюция рекламных коммуникаций в обществе. История возникновения и развития рекламы. Использование в рекламе традиционных и дистанционных каналов коммуникации. Массовые коммуникации как основные каналы маркетинговых коммуникаций. Социальная реклама и ПР-технологии. Связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. Формы, приемы, методы работы PR-служб со СМИ. Основные жанры рекламных и PR-текстов.

Сущность и структура маркетинговых коммуникаций. Специфические роли рекламных и PR-коммуникаций. Рекламные средства и их применение. Исследования в области рекламы и PR: технологии и модели. Специальные мероприятия в системе PR-коммуникации; разработка и поддержка рекламных и PR-кампаний. Организация и управление рекламной деятельностью на рынке товаров, работ и услуг. Механизмы осуществления рекламной коммуникации в жизни социума. Сознание индивида и массовое сознание. Формы и способы влияния группового и общественного мнения на личность. Особенности политической коммуникации в современном обществе. Связи с общественностью и деятельность СМК. Влияние рекламы на общественные сферы, способы регуляции.

Б1.В.02 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПОЛИТИКЕ

Цель дисциплины: формирование теоретико-методологического базиса и практических навыков для работы специалистов по связям с общественностью в сфере политической коммуникации, государственного PR.

Задачи:

- сформировать у студентов знания о сущности, структуре, функциях и основных характеристиках политической коммуникации и государственного PR;
- сформировать у студентов умение анализировать государственные PR-кампании и разрабатывать собственные решения в сфере государственного PR;
- сформировать у студентов навыки работы с литературой по политической коммуникации и государственному PR.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2, ПК-1, ПК-2

Краткое содержание

Предмет, объект и методологический базис теории и практики государственного PR.

Источниковая база теории государственного PR. Цели, задачи и функции политического PR. Структурная схема типов и видов государственного PR. Субъекты, объекты и аудитории государственного PR. Эффекты и результаты государственного PR. Структурная схема государственного PR. Психологические основания государственного PR. Правовые основания политической коммуникации и государственного PR

Специфика правового регулирования политической коммуникации и государственного PR. Функции и типология рекламы и PR в современных политических кампаниях. Основные задачи рекламы и PR в современных политических кампаниях. Функции политической коммуникации в избирательной кампании. Основные типы и виды современной политической рекламы и политического PR.

Технология формирования содержания сообщений в политической коммуникации. Способы создания смысла в политическом PR-сообщении. Базовые человеческие ценности и их использование в политических кампаниях. Политическая коммуникация и мифология.

Имидж органа государственной власти. Понятие и структура имиджа органов государственной власти. Имидж органов исполнительной и законодательной власти. Имидж министерства/ведомства. Технологические приемы имиджмейкинга в сфере государственного PR.

Б1.В.03 БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИЙ

Цель дисциплины: получение знаний в области теории брендинга территорий, технологий создания, управления и продвижения территориальных брендов, а также их значение для экономики и социальной стабильности в регионе; формирование понимания специфики территориального брендинга как коммуникативной технологии, сопровождающей развитие территорий.

Задачи:

- исследовать факторы, влияющие на формирование имиджа и бренда территорий, брендирующие территории в определенном сегменте;
- фокусировать знания о брендинге территорий как инструменте решения задач их социально-экономического развития;
- рассмотреть механизмы информационного брендинга территорий;
- изучить основные понятия брендинга территорий: его сущности и видов территориальных брендов;
- формирование понимания предпосылок возникновения территориальных брендов, их роли в конкурентной борьбе регионов за привлечение внешних ресурсов;
- овладение навыками разработки территориальных брендов с последующей оценкой эффективности деятельности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-3

Краткое содержание

Основные понятия брендинга территорий. Значение брендинга территорий и его роль в территориальном управлении. История возникновения брендинга территорий. Переход от маркетинга территорий к брендингу территорий. Бренд города. Восприятие территории (облако ассоциаций). Технология формирования имиджа бренда: выращивание бренда в городской среде. Брендинг территорий: проблемы и тенденции. Системы идентификации территории. Международная и российская практика маркетинга туристской брендовой дестинации. Научно-исследовательская деятельность маркетинга и брендинга туристской дестинации. Технологии позиционирования территории в массмедиа. Интернет как канал продвижения территории. Продвижение бренда территории в социальных медиа. Взаимодействие с тревел-журналистами и блогерами. Креативные формы продвижения бренда территории.

Б1.В.04 РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель дисциплины: формирование у студентов представление о сущности репутационного менеджмента как универсальной деятельности по изучению и проектированию репутационной политики, а также технологий создания и управления корпоративными репутациями, как концепции управления изменениями посредством коммуникационных моделей, инструментов, технологий.

Задачи:

- сформировать у студентов представление о том, что репутационный менеджмент может служить эффективным инструментом создания и развития имиджа организации;
- достичь понимания студентами того, как происходит процесс управления корпоративными репутациями;
- познакомить студентов с разнообразием коммуникационных технологий, которые помогут эффективнее осуществлять репутационную политику;
- показать, как выстраиваются отношения между заинтересованными сторонами в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа или репутации;
- познакомить студентов с основными методами и технологиями формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа;
- показать, как работают различные механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях, обращая особое внимание на инструментарий антикризисного поведения.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2, ПК-1

Краткое содержание

Концептуальные основы репутационного менеджмента. Дефиниции бренда и репутации. Теоретическая и практическая разработка вопросов репутационных технологий. Виды репутации: индивидуальные репутации, коллективные репутации. Управление репутациями.

Репутация как ресурс управления. Стратегия удачного конкурентного позиционирования корпоративной репутации: проблемы создания и развития. Корпоративная культура и её значение в создании корпоративной репутации. Кризис репутационной политики организации: причины появления и возможности разрешения. Факторы репутации: внешние, внутренние и коммуникативные. Работа со СМИ. Продвижение в деловом сообществе. Продвижение в профессиональном сообществе. Продвижение в компании.

Методы изучения репутации: аудиторные, медийные, сопоставительные. Управление общественным мнением в целях закрепления и продвижения репутационных технологий. Имидж и репутация: сходство и различия.

Корпоративная социальная ответственность в программах управления репутацией. Особенности управления репутацией территории. Управление репутацией в онлайн-медиасреде.

Б1.В.05 КОПИРАЙТИНГ

Цель дисциплины: знакомство студентов с основами создания презентационных медиатекстов. Дисциплина дает представление о креативном процессе работы с текстами PR-коммуникаций, помогает сформировать и развить первичные навыки создания креативных концепций и практические навыки написания различных типов текстовой продукции, а также формирует представление об особенностях работы копирайтера и о процессе копирайтинга.

Задачи:

- рассмотреть понятие копирайтинговых текстов, их функций, разновидностей, и средств; – показать роль и значение имиджевого, рекламного и презентационного копирайтинга в развитии журналистики;

– обозначить особенности и основные направления различных типов копирайтинговых медиатекстов;

– выявить специфику создания рекламных и имиджевых материалов для СМИ и проанализировать критерии их эффективности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4, ПК-6

Краткое содержание

Виды копирайтинга, целевая аудитория копирайтера и профессиональная этика копирайтера.

Виды копирайтинга. Целевая аудитория копирайтера. Виды целевой аудитории. Профессиональная этика копирайтера. Приемы и технологии классической журналистики и рерайтинга, адаптированные к работе копирайтера. Журналистские и рерайтерские приемы подачи информации. Информационный повод в копирайтинге. Технологии построения текстов и предложений. Ключевые слова и предложения в тексте. Проблема уникальности контента интернет-сайтов.

Элективные дисциплины (модули)

Б1.Д.01.01. ИСТОРИЯ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Цель дисциплины: является изучение русской литературы в русле современных теоретико- и историко-литературных представлений о закономерностях литературного процесса России.

Задачи:

– выявление культурных и художественных достижений русской литературы и введение их в контекст национальной традиции;

– выявление в художественном творчестве специфических индивидуально-авторских доминант постижения мира и действительности;

– осмысление основных тенденций движения художественной мысли в сложных взаимосвязях с социальными и историческими процессами;

– анализ творчества писателей и поэтов в соотнесённости с литературно-эстетическими теориями и тенденциями;

– изучение литературного творчества в аспекте исторической поэтики;

– установление типологии художественного сознания различных этапов литературы.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-2

Краткое содержание

Древнерусская литература. Русская литература XVIII века. Русская литература XIX века.

Русская литература рубежа XIX-XX веков: развитие реализма. Русская литература рубежа XIX-XX веков: развитие модернизма. Русская литература XX века. Русская литература XX века.

Б1.Д.01.02. ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Цель дисциплины: изучение литературного процесса зарубежных стран в историческом аспекте.

Задачи:

–рассматривать литературный процесс в историко-культурном контексте эпохи;

–выявлять национальную специфику литератур и межнациональные литературные связи;

–анализировать литературные произведения, относящиеся к разным литературным родам и жанрам в единстве формы и содержания;

– выделять круг конфликтов и художественных персонажей, составляющих арсенал «вечных», или «мировых» тем и образов;

– формировать базовый понятийный аппарат

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-2

Краткое содержание

XVII век как особая эпоха в культуре стран Европы. Основные направления в литературе этого периода. Судьба ренессансного реализма в новых исторических условиях. Концепция мира и человека в искусстве барокко. Национальные формы барокко в литературе стран Европы. Концепция мира и человека в классицизме. Система жанров классицизма. Литературные типы. Проблемы «бытового реализма» и деятельность либертенов (Сирано де Бержерак, Сорель, Скаррон, Фюретьер).

Предпосылки развития классицизма во Франции. Творчество Ж.-Б. Мольера. Жанр басни в творчестве Ж. Лафонтена. Литература Англии. Английская литература конца XVII в. (Бэньян, Бетлер, Драйден, Конгрив и др.) и переход к литературе эпохи Просвещения. Литература Испании. XVII век – «золотой век» искусства Испании.

Закат культуры Испании в конце XVII в. XVIII век в мировом литературном развитии.

Исторические судьбы Европы, движение от английской к французской буржуазной революции. Судьба аристократической культуры. Рококо, его стилевые признаки. Просвещение – ведущая линия развития европейской культуры XVIII в. Литература Англии. Литература Франции. Немецкая литература.

Б1.Д.02.01. ОСНОВЫ ГОСУДАРСТВА И ПРАВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Цель дисциплины: формирование у студентов системы правовых знаний, необходимых для анализа и усвоения общественно-экономических процессов в развитии цивилизации; развитие у студентов умений практического применения правовых знаний в профессиональной деятельности.

Задачи:

- сформировать у студентов системное, комплексное видение современных государственных и правовых отношений;
- научить студентов пониманию сущности современных правовых проблем и процессов государственного строительства;
- научить студентов анализировать правовые коллизии в области права;
- дать четкое представление об основных направлениях и задачах развития государства в России;
- сформировать у студентов представление о роли правовых отношений и функциях государственных органов в современных общественных отношениях России.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5

Краткое содержание

Государство, его функции и признаки. Формы государства. Право, его функции и признаки.

Нормы права. Правоотношения. Источники и формы права. Правонарушение и юридическая ответственность. Правовой статус личности, гражданство. Правовое государство. Государственный аппарат РФ. Народовластие в РФ.

Б1.Д.02.02. РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ

Цель дисциплины: сформировать систему базовых знаний, умений и навыков по религиоведению, а также толерантное отношение к представителям разных конфессий.

Задачи:

- формирование знаний о специфике предмета религиоведения, социально-культурных условиях его возникновения и факторов развития;
- изучение основных принципов религиозной этики в разных вероучениях;

– проанализировать причины, следствия и пути преодоления этнорелигиозных конфликтов

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5

Краткое содержание

Ранние формы. Политеизм и религии античности. Славянское язычество. Основные закономерности политеистической космогонии и религиозно-мифологических систем на примерах древнего Средиземноморья, Междуречья и Северной Европы. Этнонациональные религии Востока. Буддизм как мировая религия. Характерные особенности авраамических религий – иудаизма, христианства и ислама. Обзор современного религиозного многообразия и его роли в обществе и культуре.

Б1.Д.03.01. СОВРЕМЕННЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ

Цель дисциплины: представить проблемы международных отношений в современном мире во всей полноте и разнообразии. Показать для специалистов в области связей с общественностью необходимость умения разбираться в новой геополитической реальности. Рассмотреть международные отношения как часть процесса глобализации современного мира

Задачи:

- выработать у студента объективные мировоззренческие позиции;
- помочь становлению гражданских качеств личности студента;
- способствовать реализации прав и свобод (в том числе и свободы совести), закреплённых в Конституции РФ

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1, УК-5

Краткое содержание

Современная система международных отношений. Потенциал участников международных отношений, их цели, средства и стратегии. Механизмы формирования и осуществления внешней политики. Национальные интересы и глобальные проблемы. Правовое и моральное регулирование международных отношений. Международные конфликты. Значение международной безопасности в современном обществе.

Б1.Д.03.02. ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ И КОМПЬЮТЕРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель дисциплины: обеспечить овладение студентами необходимыми теоретическими знаниями и практическими навыками использования компьютерных технологий в связях с общественностью.

Задачи:

- выработать умение использовать Интернет как источник информации;
- познакомить с основными сферами использования телекоммуникационных и компьютерных технологий в связях с общественностью;
- выработать умение работать с текстовой и графической информацией на пользовательском уровне;
- выработать умение взаимодействовать с разработчиком гипермедиа ресурса; познакомить с методами разработки и построения гипермедиа ресурсов.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4

Краткое содержание

Интернет как информационная система, системы и алгоритмы поиска информации в сети Интернет. Основы работы с текстовой информацией в инструментальной среде Microsoft Word. Сетевые агентства и сервисы. Использование сетевых ресурсов в коммуникационных проектах.

Компьютерные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью. Использование программ обработки текстов и таблиц, компьютерной графики, макетирования и верстки при составлении рабочих документов, презентационных буклетов, корпоративных многотиражных газет.

Автоматизированные системы хранения и обработки баз данных для проведения исследований, самостоятельная разработка и сборка гипермедиа ресурсов из готовых шаблонов и образцов при участии специалиста по разработке гипермедиа ресурсов.

Б1.Д.04.01. ЭТИКЕТ

Цель дисциплины: формирование основополагающих знаний, умений, навыков и компетенций у студентов в области профессиональной этики, совершенствование уровня коммуникационной культуры будущего бакалавра, обладающего чувством долга и ответственности за результаты своей деятельности; повышение уровня морального сознания, формирование нравственной культуры студентов.

Задачи:

- формирование культуры мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- формирование способности к социальному взаимодействию на основе принятых в обществе моральных и правовых норм, проявляет уважение к людям, толерантность к другой культуре;
- готовностью нести ответственность за поддержание партнерских, доверительных отношений, к кооперации с коллегами и работе в коллективе.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4

Краткое содержание

Предмет этики как науки. Проблемы прикладной этики. Понятие о профессиональной этике. Фундаментальные нравственные ценности (добро, справедливость, достоинство, честь, долг, ответственность, свобода, правда и др.).

Б1.Д.04.02. ВЫРАЗИТЕЛЬНАЯ РЕЧЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ

Цель дисциплины: сформировать у студентов знание терминологии, умение устанавливать связи между известными ранее и новыми терминами, умение использовать научные понятия и термины в практическом анализе производственных ситуаций, знание особенностей стиля профессиональной речи

Задачи:

- формирование навыка владения терминологии данной специальности;
- формирование умения строить выступление на профессиональную тему;
- формирование умения организовать профессиональный диалог и управлять им;
- формирование умения общаться с неспециалистами по вопросам профессиональной деятельности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4, ПК-6

Краткое содержание

Язык и речь в профессиональной деятельности. Профессиональное общение. Коммуникативный портрет специалиста. Профессиональная деятельность. Сферы профессиональной деятельности.

Б1.Д.05.01. РИТОРИКА

Цель дисциплины: осмысление теоретических и практических сведений о риторике, углубление и расширение навыков различных жанров речей, а также наиболее эффективных риторических технологий. Для данного курса характерна практическая направленность: студентам предстоит освоить разные риторические технологии создания

речей с учетом аудитории, что позволит выпускнику уверенно себя ощущать в профессиональной и непрофессиональной сфере деятельности.

Задачи:

- изучение риторических технологий;
- развитие умений продуцирования риторически правильно построенных монологических устных и письменных текстов разных жанров
- развитие коммуникативных способностей и психологической готовности эффективно взаимодействовать с партнером по общению;
- развитие стремления выработать собственный риторический имидж.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4, ПК-6

Краткое содержание.

Риторика: слово и дело. Риторический канон (этапы риторической деятельности).

Риторические фигуры и тропы. Образ оратора. Рефлексия как путь к самосовершенствованию.

Б1.Д.05.02. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины: сформировать правовую компетентность обучающихся в области рекламно-информационной деятельности, правовых основ регулирования рекламно-информационной деятельности, законодательства, регулирующего рекламную и информационную деятельность в России и за рубежом, правового положения участников рекламно-информационной деятельности, юридической ответственности участников рекламно-информационного процесса.

Задачи:

- обеспечение понимания обучающимися принципов правового регулирования рекламной деятельности, значения норм права, морали и этики в регулировании рекламного процесса;
- формирование устойчивой системы знаний общих и специальных требований к рекламе, установленных федеральным законом РФ «О рекламе»;
- развитие навыков практического применения законодательства о рекламе и предупреждения правонарушений в сфере рекламы.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1, УК-10

Краткое содержание:

Понятие рекламного права и рекламного законодательства.

Рекламное право как совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере производства и распространения рекламы.

Конституционное право – политические, социальные, экономические основы общественного устройства, права и свободы человека и гражданина, формы государственного устройства, механизмы осуществления государственной власти и местного самоуправления.

Гражданское право как совокупность правовых норм, регулирующих имущественные и личные неимущественные отношения, организационно-правовой статус субъектов рекламного рынка, их имущественные отношения, вещные права, обязательства и договоры.

Административное право – формы и методы государственного контроля, полномочия антимонопольных органов, осуществляющих контроль и надзор за соблюдением законодательства в сфере рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности. Задачи и основные принципы государственного регулирования рекламной деятельности.

Налоговая политика. Федеральный Закон РФ «О рекламе» и его значение в регулировании рекламной деятельности. Правовые способы борьбы с недобросовестной

конкуренцией, монополизмом. Правовые способы защиты прав потребителей от недобросовестной рекламы.

Роль федерального антимонопольного органа в регулировании рекламной деятельности. Значение Федерального закона РФ «О защите прав потребителей» в регулировании рекламной деятельности, цель и задачи этого закона, основные положения. Формы негосударственного регулирования рекламной деятельности.

Особенности правового регулирования рекламной деятельности в зарубежных странах. Правовое регулирование деятельности СМИ. Право и политический PR. Особенности избирательной системы на федеральном, региональном и местном уровнях. Авторское право в связях с общественностью и смежных видах деятельности.

Объекты авторского права. Профессиональная этика в PR. Договорные отношения в PR и рекламе.

Б1.Д.06.01. СОЦИАЛЬНО-РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Цель дисциплины: изучение студентами социальной рекламы и ее места в рекламно-коммуникационной деятельности.

Задачи:

- формирование представления студентов о социальной рекламе как о виде коммуникации, который ориентирован на привлечение внимания общественности к самым актуальным проблемам общества;
- достижение понимания студентами основного предназначения социальной рекламы, т.е. гуманизации общества и формирования его нравственных ценностей;
- познакомить студентов с основами социально-проектной деятельности
- показать студентам принципиальные отличия социальной рекламы от коммерческой по различным основаниям;
- познакомить студентов с целями социальной рекламы (краткосрочными - изменить отношение общественности к какой-либо насущной социальной проблеме, а в долгосрочном периоде – создать новые социальные ценности);
- изучить совместно со студентами особенности развития социальной рекламы в России.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-5, ПК-7

Краткое содержание

Объект, предмет, методология и методы социально-рекламной деятельности. Введение в социальную рекламу. Основные исторические этапы развития.

Реклама как составная часть теории коммуникации. Социальная реклама как разновидность рекламы. Виды, средства и инструменты рекламы и их применение в социальной рекламе. Некоторые психологические аспекты социальной рекламы. Социальная реклама и слоган. Социальная реклама и цвет. Социальная реклама как инструмент публичной политики. Социальная реклама и социальный PR – сравнительный анализ. Технологии производства и размещения социальной рекламы.

Виды социальной рекламы. Средства распространения социальной рекламы. Место социальной рекламы и PR в органах государственной власти (российский и зарубежный опыт). Социальная реклама: политика, бизнес, общественные организации.

Содержание и формы социальной рекламы. Распознавание идеологических и психологических аспектов социальной рекламы. Манипулирование технологиями социальной рекламы. Саморегулирование в социальной рекламе. Проекты «Национальные приоритеты», их реализация и продвижение.

Б1.Д.06.02. КОММЕРЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

Цель дисциплины: формирование у студентов системы знаний о коммерческом консалтинге

как о сфере деятельности, связанной с управлением консалтинговыми потоками и регулированием консалтинговых отношений в области экономики

Задачи освоения дисциплины:

–сформировать у студентов представлений о понятийном аппарате данной дисциплины,

–изучить законов и закономерностей функционирования и развития консалтинговых процессов в сфере экономики,

–научиться анализировать управленческие процессы в экономической жизни современной России.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-3

Краткое содержание

Введение в экономический консалтинг. Сущность и виды консультирования. Теоретико-методологические основы консультирования. Классификация консалтинговых услуг. Структура консалтинговых фирм. Основные стадии процесса консультирования. Сущность и классификация методов, используемых в консультировании. Информационное и техническое обеспечение консультирования. Маркетинг консалтинговых услуг. Эффективность консалтинговых услуг.

Б1.Д.07.01. ПРОЕКТИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель дисциплины: качественная профессиональная подготовка специалиста, владеющего необходимыми знаниями в области технологий рекламы и дизайна, креативно мыслящего, способного осуществлять практическую деятельность в сфере рекламного производства.

Задачи:

– изучение существующих направлений в рекламе и технологических процессов рекламного производства,

– развитие творческого мышления и прогрессивного мировоззрения в области современного дизайна,

– освоение методов и принципов проектирования основных видов рекламной продукции,

– развитие профессиональных навыков моделирования и макетирования с использованием возможностей новейших электронных технологий.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2, ПК-7

Краткое содержание:

Составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля. Система идентификации и фирменная папка. Основные составляющие и функциональные носители корпоративного /фирменного/ стиля, их практическое значение. Принципы конструктивного построения и стилевого единства в комплексном проектировании элементов корпоративной рекламы.

Информационно – графический комплекс и его направления. Виды печати и печатной продукции. Изобразительный рекламный плакат. Значение и роль печатной рекламной продукции.

Дизайн-проект рекламного буклета. Реклама товарной продукции. Дизайн упаковки. Реклама товара, её виды, функциональные задачи.

Принципы проектирования рекламы товара, способствующее его продвижению в условиях современных рыночных отношений. Упаковка как вид рекламной продукции. Роль

упаковки в повышении рейтинга товарной продукции. Виды и качественные различия упаковок.

Дизайн и современные технологии, материалы изготовления упаковочной продукции. Реклама торгового предприятия.

Проект фасада (вывески, витрины). Комплексное решение рекламы торгового предприятия.

Функциональные особенности и роль фасадной рекламы. Методика разработки дизайн-проекта витрины. Визуализация рекламной идеи. Технологические возможности и современные материалы, используемые для изготовления витрин. Реклама на транспорте. Дизайн-проектирование наружной рекламы. Экспозиционная реклама.

Б1.Д.07.02. ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель дисциплины: освещение проблем организации проектной деятельности, управления институциональными подсистемами проекта, мониторинга и оценки в целях формирования навыка у студентов по самостоятельной разработке проектов.

Задачи:

- сформировать теоретические представления о специфике, назначении и структуре проекта и ПР- и рекламного проектирования;
- сформировать навыки использования основных методов и инструментов ПР-проектирования;
- освоить логико-структурный метод проектирования;
- освоить навык разработки элементарных рекламных и ПР-проектов.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2, УК-3, ПК-1

Краткое содержание:

Теоретические основы проектной деятельности в современном мире. Цель и задачи курса. Основные исторические этапы развития проектной деятельности в мировой и российской практике. Основные теоретические подходы к определению понятия проект. Его основные характеристики и измерения. Элементы проектной деятельности. Классификация проектов. Содержание и процессы управления проектом.

Технология проектной деятельности: жизненный цикл проекта. Методология и методика предпроектного анализа. Структура проекта. Управление содержанием проекта. Ресурсы проекта. Разработка институциональными подсистемами проекта. Разработка паспорта проектной идеи. Этапы разработки календарного плана, сетевого плана-графика, диаграммы Ганта. Управление временем, качеством, командой, коммуникациями и рисками проекта.

Организация кадрового обеспечения проекта. Команда проекта и ее состав. Матрица ответственности. Управление коммуникациями проекта.

Разработка и реализация рекламного проекта. Структура рекламного проекта. Жизненный цикл рекламного проекта. Предмет и объект проектирования. Концепция рекламного проекта. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта. Разработка рекламной кампании и оценка эффективности реализации проекта.

Разработка и реализация ПР-проекта. Структура ПР-проекта. Жизненный цикл ПР-проекта. Предмет и объект ПР-проектирования. Концепция ПР-проекта. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта. Разработка ПР-кампании. Оценка эффективности проекта.

Презентация проекта в рекламе и связях с общественностью. Презентация как средство демонстрации жизнедеятельности проекта. Алгоритм процесса подготовки презентации. Разработка содержания и структуры презентации.

Б1.Д.08.01. ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

Цель дисциплины: формирование у студентов системы знаний о консалтинге как о сфере деятельности, связанной с управлением консалтинговыми потоками и регулированием консалтинговых отношений в области политик и применении знаний консультирования во время избирательных кампаний

Задачи:

- сформировать у студентов представлений о понятийном аппарате данной дисциплины,
- изучить законов и закономерностей функционирования и развития консалтинговых процессов в сфере политики,
- научиться анализировать управленческие процессы в политической жизни современной России и зарубежных стран.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-1, ПК-7

Краткое содержание:

Введение в курс. Эволюция взглядов на политическое консультирование.

Место роль политического консалтинга в системе консультационных услуг и изучения политической системы общества. Диагностика политической ситуации и состояния политической напряженности. Консультационные услуги как инструмент устранения и смягчения политических конфликтов. Методика проведения мониторинга социально-политических процессов, политических предпочтений и электорального поведения. Управленческие решения в политической сфере. Планирование политической деятельности.

Планирование и проведение целевых политических PR-акций. Стратегия и тактика избирательной кампании. Медиапланирование. Этапы избирательной кампании и формирования электорального мнения и поведения. Эффективность консалтинговых услуг.

Б1.Д.08.02. ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Цель дисциплины: познакомить студентов с техникой и технологией создания современных средств массовой информации, как печатных, так и электронных.

Задачи:

- познакомить студентов с историей появления техники для передачи массовой информации;
- составить представление о техническом устройстве редакций печатных и электронных СМИ;
- составить представление о технологии передачи телевизионных программ, изучить технологию и различные приемы техники звукозаписи, технической подготовки и ведения теле- и радиопрограмм.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ПК-4

Краткое содержание

Массовая коммуникация как процесс передачи информации с помощью технических средств на численно большие рассредоточенные аудитории. Появление и развитие технических средств. Формирование нового социального пространства – массового общества. Коммуникативный процесс в сфере связей с общественностью.

Вопрос технических средств массовой коммуникации: аспекты телекоммуникационных и компьютерных технологий, используемых в процессе доставки сообщения от коммуникатора к получателю. Электронные средства массовой информации: радио, телевидение, интернет.

Возможности и методы доставки сообщения – печатный контент, аудиоконтент, видеоконтент. Радио. Телевидение. Онлайн-медиапроекты. Информационное сообщение – содержание информации, переданной при коммуникации от одного лица другому. Канал коммуникации – направление движения информационного сообщения. Информационный

обмен – передача информации по каналу. Коммуникативные барьеры. «Барьеры непонимания».

Ф. ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)

Ф.01 СЕМИОТИКА РЕКЛАМЫ

Цель дисциплины: расширение знаний студентов о рекламе как знаковом, социальном и эстетическом феномене.

Задачи: усвоить теоретико-методологические представления о сущности рекламы как знаковой системы; овладеть основным исследовательским инструментарием, который используется в процессе выработки рекламных стратегий; применять семиотические и эстетические возможности рекламы и ее воздействия на сознание и подсознание потребителей.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5, ПК-6.

Краткое содержание

Основные понятия о семиотике и ее составляющих. Интерпретация семиотического текста. Сущность и свойства знаковых систем. Классификации знаков и структурный анализ. Измерения семиотического текста. Семиотический анализ рекламного сообщения. Комплексный анализ рекламного сообщения. Метафора и рекламный текст. Реклама как креализованный текст. Логотип как вид креализованного текста.

4.5. Программы практик и организация научно-исследовательской работы обучающихся (Приложение 6).

В соответствии с ФГОС ВО в Блок 2 "Практики" входят учебная и производственная практики.

Тип учебной практики:

- профессионально-ознакомительная практика.

Типы производственной практики:

- профессионально-творческая практика;
- преддипломная практика.

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья выбор мест прохождения практик должен учитывать состояние здоровья и требования по доступности.

Аннотации программ практик

4.5.1. Учебная практика (тип – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)

Цель: знакомство студентов с организацией работы в агентствах, службах, отделах, которые производят рекламные продукты, закрепление в ходе практической деятельности знаний и навыков, полученных в процессе обучения по направлению Реклама и связи с общественностью.

Задачи:

- ознакомление с технологиями создания рекламных продуктов в различных рекламных отделах и агентствах;
- закрепление полученных знаний в ходе изучения основных профессиональных теоретических дисциплин (теория коммуникации, теория и практика рекламы, основы связей с общественностью и др.) на практике;
- формирование первых навыков подготовки рекламы, развитие творческих способностей.

Требования к результатам освоения: В результате проведения учебной практики формируются следующие компетенции: УК-1, УК-2, УК-3, ОПК-1, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2.

Краткое содержание: знакомство с организацией работы отдела рекламы или рекламного агентства (подразделения или самостоятельного предприятия определенной формы собственности): структура, штат сотрудников, должности и функции сотрудников; знакомство с процессом создания рекламного продукта, его участниками и технологиями; знакомство с особенностями взаимодействия сотрудников с заказчиками, со способами изучения в структуре или организации рынка рекламных услуг и их потребителей; участие в создании рекламного продукта на всех стадиях его производства; под руководством специалиста разработка простой печатной рекламы или иного рекламного продукта предприятия с учетом сегмента рынка, в котором находится данная организация. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция. Защита отчета о прохождении практики, дискуссия.

4.5.2. Производственная практика (тип – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Цели практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий, учебных практик путем непосредственного участия студента в производственной деятельности;
- приобретение профессиональных умений и навыков;
- сбор необходимого материала для написания выпускной квалификационной работы;
- приобщение студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере.

Задачи практики:

- обучение практическим навыкам рекламы и PR;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;
- овладение видами будущей профессиональной деятельности как коммуникационная и проектная.
- коммуникационные процессы в межличностной, социокультурной, политической и прочих сферах;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области журналистики, рекламы и связей с общественностью;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение журналистской, рекламной и PR продукции, включая текстовые и графические, аудиовизуальные, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств массовой информации и коммуникации

Требования к результатам освоения.

В результате формируются следующие компетенции: УК-1, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-4, ПК-7.

Краткое содержание: изучение современных информационно-коммуникационных технологии; под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; организация подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция. Защита отчета о прохождении практики, дискуссия.

4.5.3. Производственная практика (тип – практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)

Производственная практика готовит студентов к приобретению практических навыков для работы в отделе рекламы, связей с общественностью или рекламного агентства (подразделения или самостоятельного предприятия определенной формы собственности) путем самостоятельного решения ими профессиональных задач. Руководство производственной практикой студентов осуществляется преподавателями выпускающей кафедры, а также сотрудником отдела рекламы, связей с общественностью, работником пресс-службы, рекламного агентства, назначенным на месте руководителем организации, в котором студент проходит практику.

Базами практики являются промышленные предприятия, банки, страховые, торговые и иные компании, органы государственной и муниципальной власти и управления, высшие учебные заведения и др. организации, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, имеющие в своем составе отделы рекламы или подразделения, выполняющие функции по управлению общественными отношениями, связями с общественностью или human resources. Учебная и (или) производственная практики могут проводиться в структурных подразделениях организации.

Цели практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий, учебных практик путем непосредственного участия студента в производственной деятельности;
- приобретение профессиональных умений и навыков;
- сбор необходимого материала для написания выпускной квалификационной работы;
- приобщение студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере.

Задачи практики:

- обучение практическим навыкам рекламы и PR;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;
- овладение видами будущей профессиональной деятельности как коммуникационная и проектная.
- коммуникационные процессы в межличностной, социокультурной, политической и прочих сферах;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области журналистики, рекламы и связей с общественностью;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение журналистской, рекламной и PR продукции, включая текстовые и графические, аудиовизуальные, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств массовой информации и коммуникации

Требования к результатам освоения.

В результате формируются следующие компетенции: УК-1, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-4, ПК-7.

Краткое содержание: изучение современных информационно-коммуникационных технологии; под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; организация подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция. Защита отчета о прохождении практики, дискуссия.

4.5.4. Производственная практика (тип – профессионально-творческая практика)

Производственная практика готовит студентов к приобретению практических навыков для работы в отделе рекламы, связей с общественностью или рекламного агентства (подразделения или самостоятельного предприятия определенной формы собственности) путем самостоятельного решения ими профессиональных задач. Руководство производственной практикой студентов осуществляется преподавателями выпускающей кафедры, а также сотрудником отдела рекламы, связей с общественностью, работником пресс-службы, рекламного агентства, назначенным на месте руководителем организации, в котором студент проходит практику.

Базами практики являются промышленные предприятия, банки, страховые, торговые и иные компании, органы государственной и муниципальной власти и управления, высшие учебные заведения и др. организации, независимо от их организационно-правовой формы и формы собственности, имеющие в своем составе отделы рекламы или подразделения, выполняющие функции по управлению общественными отношениями, связями с общественностью или human resources. Учебная и (или) производственная практики могут проводиться в структурных подразделениях организации.

Цели практики:

- закрепление теоретических знаний, полученных во время аудиторных занятий, учебных практик путем непосредственного участия студента в производственной деятельности;
- приобретение профессиональных умений и навыков;
- сбор необходимого материала для написания выпускной квалификационной работы;
- приобщение студента к социальной среде предприятия (организации) с целью приобретения социально-личностных компетенций, необходимых для работы в профессиональной сфере.

Задачи практики:

- обучение практическим навыкам рекламы и PR;
- получение дополнительной мотивации на активную деятельность по развитию своего общего культурного и профессионального уровня;
- овладение видами будущей профессиональной деятельности как коммуникационная и проектная.
- коммуникационные процессы в межличностной, социокультурной, политической и прочих сферах;
- сбор и систематизация научно-практической информации по теме исследований в области журналистики, рекламы и связей с общественностью;
- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение журналистской, рекламной и PR продукции, включая текстовые и графические, аудиовизуальные, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств массовой информации и коммуникации

Требования к результатам освоения.

В результате формируются следующие компетенции: УК-1, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-4, ПК-7.

Краткое содержание: изучение современных информационно-коммуникационных технологии; под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия; под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; организация подготовки к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция. Защита отчета о прохождении практики, дискуссия.

4.5.5. Производственная практика (тип – преддипломная практика)

Цель: формирование и развитие профессиональных знаний и навыков у обучающихся в сфере рекламы и связей с общественностью, обеспечение на всех этапах практики непрерывности и последовательности овладения ими профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускников.

Задачи: закрепление и углубление полученных теоретических знаний по пройденным дисциплинам; приобретение необходимых практических умений и навыков по избранной специальности; подготовка публикаций по теме бакалаврской работы; сбор и анализ эмпирического материала выпускной квалификационной работы; развитие навыков научно-исследовательской деятельности.

Требования к результатам освоения: В результате прохождения практики формируются следующие компетенции: ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, УК-1, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7.

Краткое содержание. Коррекция направления исследования. Получение задания, составление календарного плана исследования. Изучение специальной литературы. Составление оглавления, обоснование актуальности, практической значимости исследования, его цели и задач. Раскрытие степени изученности исследуемой темы. Подготовка научных статей (в рамках студенческих конференций, проводимых на факультете).

4.6. Государственная итоговая аттестация выпускников (Приложение 7)

Государственная итоговая аттестация выпускников является одним из элементов системы управления качеством образовательной деятельности и направлена на оценку образовательных результатов освоения образовательной программы, установление уровня подготовки выпускников университета к выполнению профессиональных задач и осуществлению профессиональной деятельности, соответствия их подготовки требованиям образовательных стандартов.

Основными задачами ГИА являются:

- комплексная оценка качества подготовки обучающихся, соответствие ее требованиям образовательных стандартов и ОПОП;
- принятие решения о присвоении выпускнику (по результатам итоговой аттестации) квалификации по соответствующим направлениям подготовки/специальностям и выдаче документа об образовании и о квалификации;
- разработка на основании результатов работы экзаменационной комиссии рекомендаций, направленных на совершенствование подготовки обучающихся.

ГИА обучающихся проводится в форме подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы – бакалаврской работы.

Государственная итоговая аттестация выпускника университета является обязательной и осуществляется после освоения образовательной программы в полном объеме в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки и учебным планом.

Документы, регламентирующие порядок проведения и содержание итоговой аттестации выпускников, разработаны в полном объеме в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов.

Проведение государственной итоговой аттестации для студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется в соответствии с Руководством по организации образовательного процесса студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся по программам высшего образования в Астраханском государственном университете (утв. приказом и.о. ректора № 08-01-08/829а от 28.06.2017).

ВКР представляет собой самостоятельное законченное исследование на заданную (выбранную) тему, выполненное выпускником, свидетельствующее об умении выпускника

работать с литературой, обобщать и анализировать фактический материал, используя теоретические знания и практические навыки, полученные при освоении ОПОП.

В рамках выполнения ВКР проверяется уровень сформированности у выпускника всех компетенций: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10, ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7.

Выпускная квалификационная работа (ВКР) бакалавра (бакалаврская работа) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью должна соответствовать видам и задачам его профессиональной деятельности. Она должна быть представлена в форме рукописи с соответствующим иллюстрационным материалом и библиографией. Выпускная работа (проект) бакалавра является выпускной квалификационной работой, имеющей профессиональную направленность, подтверждающей способность автора к самостоятельному исследованию на основе приобретенных теоретических знаний, практических навыков и методов научного исследования, включающей в себя совокупность результатов и научных положений, представляемых автором для публичной защиты. Для подготовки бакалаврской работы могут быть привлечены материалы курсовых работ, исследований в проблемных группах, студенческих научных кружках, докладов на научных конференциях и спецсеминарах и т.п.

Критерии оценивания компетенций

Тематика ВКР соответствует требованиям стандартов, ОПОП, реализуемой в университете, актуальна, соответствует современному состоянию и перспективам развития науки, техники и культуры.

Руководители ВКР назначаются из числа профессоров, доцентов, высококвалифицированных преподавателей и научных сотрудников университета с учетом профессиональных интересов и объемов утвержденной учебной нагрузки.

Для подготовки и защиты ВКР разработаны методические рекомендации, которые определяют порядок выполнения и общие требования к ВКР (см. Приложение 7).

В рамках выполнения ВКР проверяется уровень сформированности компетенций, который оценивается по следующим критериям:

- актуальность темы исследования и корректность методологического аппарата исследования;
- уровень самостоятельности проведенного исследования (в том числе, оценка работы в системе «Антиплагиат»);
- ориентация в проблеме исследования; содержательность и логичность доклада (умение представлять работу);
- способность создавать, проектировать и использовать образовательные продукты (программы по учебным предметам в соответствии с требованиями образовательных стандартов; программа реализации образовательного (воспитательного) процесса, разработка методик и технологий обучения);
- практическая значимость исследования (наличие прикладного аспекта исследования);
- культура представления материалов исследования;
- качество оформления ВКР.

Сформированность компетенций оценивается по следующим уровням: оптимальный, допустимый, критический и недопустимый.

Таблица 5. Фрагмент оценки сформированности компетенций руководителем, рецензентом на защите ВКР

Критерии	КОД	Проверяемые компетенции	Уровни достижения		Руководитель	Рецензент	Защита	Итого
1.Актуальность темы исследования и наличие методологического аппарата исследования	УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Оптимальный	Анализирует состояние проблемы исследования и формулирует актуальность темы. Владеет навыками грамотной формулировки методологического аппарата исследования.				
			Допустимый	Анализирует состояние проблемы на момент исследования. Верно формулирует ключевые категории методологического аппарата.				
			Критический	Затрудняется в характеристике актуальности темы исследования, проводит поверхностный анализ исследования, описывает отдельные аспекты состояния проблемы исследования. Допускает ошибки в формулировке основных понятий методологического аппарата исследования.				
			Недопустимый	Формулирует либо отдельные понятия методологического аппарата исследования, либо допускает грубые ошибки. Не раскрывает состояние проблемы исследования.				

Критерии оценки ВКР бакалавра:

– **«отлично»:** глубина знания проблемы; умение реферировать научную литературу; умение самостоятельно анализировать факты; владение научным стилем речи; умение защитить основные положения и основные результаты работы.

– **«хорошо»:** знание научной литературы и умение изложить основные этапы изучения проблемы; умение реферировать научную литературу и самостоятельно анализировать фактический материал; умение защитить основные положения работы.

– **«удовлетворительно»:** недостаточно глубокое знание материала по теме; недостаточное умение реферировать научную литературу и анализировать фактический материал; стилистические и речевые ошибки; посредственная защита основных положений работы.

– **«неудовлетворительно»:** незнание научной литературы по теме; недостаточное умение реферировать научную литературу и анализировать фактический материал; грубые стилистические и речевые ошибки; неумение защитить основные положения работы.

5. Требования к условиям реализации программы бакалавриата

Требования к условиям реализации программы бакалавриата включают в себя общесистемные требования, требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению, требования к кадровым и финансовым условиям реализации программы бакалавриата, а также требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата.

5.1. Общесистемные требования к условиям реализации программы бакалавриата

Ресурсное обеспечение ОПОП ВО формируется на основе требований к условиям реализации образовательных программ, определяемых ФГОС ВО, действующей нормативно-правовой базой, с учетом особенностей, связанных с уровнем и профилем образовательной программы. Ресурсное обеспечение ОПОП ВО определяется как в целом по ОПОП ВО, так и по отдельным дисциплинам (модулям).

Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева (далее - университет) располагает на праве собственности материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 "Дисциплины (модули)" и Блоку 3 "Государственная итоговая аттестация" в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Организации из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" университета (далее - сеть "Интернет"), как на территории университета, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда университета обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети "Интернет".

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации, а именно:

- Федеральному закону от 27 июля 2006 г. N 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3448; 2010, N 31, ст. 4196; 2011, N 15, ст. 2038; N 30, ст. 4600; 2012, N 31, ст. 4328; 2013, N 14, ст. 1658; N 23, ст. 2870; N 27, ст. 3479; N 52, ст. 6961, ст. 6963; 2014, N 19, ст. 2302; N 30, ст. 4223, ст. 4243, N 48, ст. 6645; 2015, N 1, ст. 84; N 27, ст. 3979; N 29, ст. 4389, ст. 4390; 2016, N 26, ст. 3877; N 28, ст. 4558; N 52, ст. 7491),

- Федеральному закону от 27 июля 2006 г. N 152-ФЗ "О персональных данных" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, N 31, ст. 3451; 2009, N 48, ст. 5716; N 52, ст. 6439; 2010, N 27, ст. 3407; N 31, ст. 4173, ст. 4196; N 49, ст. 6409; 2011, N 23, ст. 3263; N 31, ст. 4701; 2013, N 14, ст. 1651; N 30, ст. 4038; N 51, ст. 6683; 2014, N 23, ст. 2927; N 30, ст. 4217, ст. 4243; 2016, N 27, ст. 4164; 2017, N 9, ст. 1276).

При реализации программы бакалавриата в сетевой форме требования к реализации программы бакалавриата обеспечиваются совокупностью ресурсов материально-технического и учебно-методического обеспечения, предоставляемого организациями, участвующими в реализации программы бакалавриата в сетевой форме.

В случае реализации программы бакалавриата с применением дистанционных форм обучения используется онлайн-ресурс «Электронное образование».

5.2. Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению (при необходимости).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ должны быть обеспечены печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

5.3. Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата

Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками университета, а также лицами, привлекаемыми университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

Квалификация педагогических работников университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и профессиональных стандартах.

Не менее 70 процентов численности педагогических работников университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), ведут научную и учебно-методическую, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Не менее 5 процентов численности педагогических работников университета, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являют руководителями и работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

На выпускающей кафедре сложился компетентный научно-педагогический коллектив, отличающийся высоким потенциалом и способный к решению задач по подготовке квалифицированных кадров и выполнению научно-исследовательских задач по направлению обучения в соответствии с требованиями, которые предъявляет современный рынок труда.

5.4. Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством образования и науки Российской Федерации.

5.5. Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата определяется в рамках системы внутренней оценки, а также системы внешней оценки, в которой университет принимает участие на добровольной основе.

Университет обеспечивает гарантию качества подготовки, в том числе путем:

- разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;
- мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ;
- разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;
- обеспечения компетентности преподавательского состава;
- регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;
- информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

Оценка качества освоения программ бакалавриата обучающимися включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию.

В целях совершенствования образовательных программ университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательным программам привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников университета.

В целях совершенствования программы бакалавриата университета при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая представителей научно-педагогического состава университета.

Для проведения внутренней независимой оценки качества подготовки обучающихся в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам (модулям) создаются комиссии. В комиссию, помимо педагогического работника, проводившего занятия по дисциплине (модулю), включаются представители организаций и предприятий, соответствующих направленности образовательной программы. Перечень дисциплин (модулей), промежуточная аттестация по которым осуществляются с привлечением комиссий, определяется руководителем образовательной программы, заведующим кафедрой, деканом. Промежуточная аттестация может проводиться в форме компьютерного тестирования. В этом случае выбор перечня дисциплин (модулей) происходит по согласованию с работниками Центра мониторинга и аудита качества образования. В процессе промежуточной аттестации возможно использование фондов оценочных средств, разработанных сторонними организациями.

Для достижения максимальной объективности и независимости оценки качества подготовки обучающихся в рамках промежуточной аттестации по итогам прохождения практик могут создаваться комиссии для проведения процедур промежуточной аттестации обучающихся по практикам с включением в их состав представителей организаций и предприятий, на базе которых проводилась практика. Процедуры промежуточной аттестации по практикам могут проводиться непосредственно на базе организаций и предприятий. Разработка, рецензирование и апробация используемых в процессе промежуточной аттестации оценочных материалов осуществляется с привлечением представителей вышеуказанных организаций и предприятий.

При назначении обучающимся заданий на курсовое проектирование и при закреплении тем выпускных квалификационных работ предпочтение отдается темам, сформулированным представителями организаций и предприятий, соответствующих направленности образовательной программы, и представляющим собой реальную производственную задачу либо актуальную научно-исследовательскую задачу. Для проведения процедуры защиты проекта (работы) приглашаются представители организаций и предприятий, соответствующих направленности образовательной программы. Перед процедурой защиты проводится проверка выполненной работы на наличие заимствований (плагиат).

Для независимой оценки качества подготовки обучающихся при проведении государственной итоговой аттестации создаются государственные экзаменационные комиссии (ГЭК). Председатель ГЭК назначается из числа лиц, не работающих в университете, имеющих ученую степень доктора наук и (или) ученое звание профессора либо являющихся ведущими специалистами – представителями работодателей или их объединений в соответствующей области профессиональной деятельности. В состав ГЭК включается не менее 50% представителей работодателей или их объединений, осуществляющих деятельность в соответствующей области профессиональной деятельности. Остальные члены ГЭК являются ведущими специалистами из числа профессорско-преподавательского состава университета и (или) иных организаций, имеющими ученое звание и (или) ученую степень.

Обучающимся предоставляется возможность посредством анкетирования оценивать качество работы профессорско-преподавательского состава, а также условия, содержание, организацию и качество образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик. Эта процедура регулярно проводится Центром социологических исследований университета. Для анкетирования используются анкеты «Удовлетворенность студентов обучением в вузе», «Преподаватель глазами студентов» и др. В анкетах предусматривается возможность внесения обучающимися предложений по совершенствованию учебного процесса в университете.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности по программе бакалавриата в рамках процедуры государственной аккредитации осуществляется с целью подтверждения соответствия образовательной деятельности по программе бакалавриата требованиям ФГОС ВО.

Текущий и итоговый контроль успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программе бакалавриата регламентируется следующими локальными нормативными актами университета:

- Порядок проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры в Астраханском государственном университете (утв. приказом ректора № 08-01-01/475 от 30.04.2020);

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, специалитета и программам магистратуры в Астраханском государственном университете (утв. приказом ректора № 08-01-01/1547 от 29.11.2017);

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата,

специалитета, магистратуры, аспирантуры и программам среднего профессионального образования с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в Астраханском государственном университете (утв. приказом ректора от 24.04.2020 № 08-01-01/450а);

- Положение о формировании фонда оценочных средств для проведения текущего контроля, промежуточной и государственной итоговой (итоговой) аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в Астраханском государственном университете (утв. приказом ректора от № 08-01-01/1606 от 18.12.2019);

- Положение о курсовых работах (проектах) обучающихся Астраханского государственного университета (утв. приказом ректора № 08-01-01/710а от 07.06.2017);

- Положение о выпускных квалификационных работах в Астраханском государственном университете (утв. приказом и.о. ректора № 08-01-01/17а от 12.01.2018);

- Порядок проверки на объём заимствований, в том числе содержательного выявления неправомерных заимствований, и размещения текстов выпускных квалификационных работ в Электронной библиотеке «Астраханский государственный университет. Выпускные квалификационные работы» (утв. приказом ректора № 08-01-01/796 от 07.06.2019);

- Руководство об организации проектного обучения в Астраханском государственном университете, утвержденное приказом ректора № 08-01-01/714 от 28.08.2013;

- Регламент организации и проведения практик обучающихся Астраханского государственного университета, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержден приказом ректора АГУ от 26.11.2020 № 08-01-01/1416;

- Положение о балльно-рейтинговой системе оценки учебных достижений студентов (утв. приказом ректора № 08-01-01/08 от 13.01.2014).

6. Характеристика воспитывающей среды при освоении обучающимися образовательной программы

Воспитание обучающихся при освоении ими образовательной программы бакалавриата осуществляется в ходе реализации рабочей программы воспитания в соответствии с календарным планом воспитательной работы.

Рабочая программа воспитания приведена в Приложении 8.

Календарный план воспитательной работы представлен в Приложении 9.

7. Оценочные и методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся разрабатываются оценочные и методические материалы, позволяющие оценить достижение запланированных в образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности компетенций.

Оценочные материалы предназначены для оценки достижений обучающихся в процессе изучения дисциплин, практик, проведения научно-исследовательской работы с определением результатов и планированием необходимых корректирующих мероприятий; обеспечение соответствия результатов освоения ОПОП задачам будущей профессиональной деятельности.

Методические материалы предназначены для контроля и управления процессом освоения обучающимися необходимых знаний, умений, навыков и формирования компетенций, определенных реализуемой ОПОП.

Комплект контрольно-оценочных материалов, предназначенный для оценивания образовательных результатов, достигнутых обучающимися в процессе освоения дисциплины, с методическим сопровождением организации и проведения аудиторной и внеаудиторной контактной работы представляет собой фонд оценочных средств (ФОС). ФОС строится на

основе профессиональных задач, сформулированных в ФГОС ВО, с учетом трудовых действий, компетенций и видов деятельности обучающегося.

Фонды оценочных средств и конкретные формы и процедуры текущего контроля знаний и промежуточной аттестации по каждой дисциплине содержатся в рабочих программах дисциплин и доводятся до сведения обучающихся в течение первых недель обучения.

ФОС формируется на основе учета ключевых принципов оценивания: валидности и надежности (объекты должны соответствовать поставленным целям, задачам и содержанию обучения); справедливости и доступности (обучающиеся должны иметь равные возможности достижения успеха); эффективности и результативности (соответствие результатов профессиональным задачам).

Состав ФОС ОПОП для проведения текущей аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю) и практике включает:

- оценочные средства: комплект контрольных заданий или иные материалы, необходимые для оценивания компетенций;
- перечень компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в результате освоения образовательной программы;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания;
- методические рекомендации для обучающихся и преподавателей по использованию ФОС при проведении промежуточной аттестации.

ФОС, применяемый для текущей и промежуточной аттестации обучающихся, включает:

- комплект экзаменационных вопросов и заданий для экзамена (зачета);
- комплект контрольных работ, тесты, учебно-профессиональные задачи, кейсы, проекты, портфолио и другие оценочные средства, позволяющие проконтролировать сформированность компетенций.

В целях приближения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся к задачам их будущей профессиональной деятельности, университет привлекает к процедурам текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации, а также экспертизе оценочных средств внешних экспертов – работодателей из числа действующих руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), а также преподавателей смежных образовательных областей, специалистов по разработке и сертификации оценочных средств).

8. Другие нормативно-методические документы и материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся

- Положение о проведении оценки качества образования в Астраханском государственном университете (утв. приказом ректора № 08-01-01/1093 от 16.09.2019);
- Положение об организации самостоятельной работы обучающихся Астраханского государственного университета (утв. приказом ректора № 08-01-01/710а от 07.06.2017);
- Положение об оказании учебно-методической помощи обучающимся в Астраханском государственном университете (утв. приказом ректора № 08-01-01/1595 от 17.12.2019);
- Руководство по организации образовательного процесса студентов-инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся по программам высшего образования в Астраханском государственном университете (утв. приказом и.о. ректора № 08-01- 08/829а от 28.06.2017).

9. Регламент по организации периодического обновления ОПОП ВО в целом и составляющих ее документов

Образовательная программа ежегодно обновляется в какой-либо части (состав дисциплин, содержание рабочих программ дисциплин, программ практики, методические

материалы и пр.) с учетом развития науки, техники, культуры, экономики, технологий, социально-культурной сферы.

Изменения в ОПОП осуществляются под руководством руководителя направления подготовки, согласуется с Ученым советом факультета, и оформляется в виде приложения к образовательной программе.

Приложения

Приложение 1. **Перечень профессиональных стандартов**, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Приложение 2. **Перечень обобщённых трудовых функций** и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Приложение 3. **Учебный план и календарный учебный график**

Приложение 4. **Матрица компетенций**

Приложение 5. **Рабочие программ дисциплин (модулей)**

Приложение 6. **Программы практик**

Приложение 7. **Программа государственной итоговой аттестации**

Приложение 8. **Рабочая программа воспитания**

Приложение 9. **Календарный план воспитательной работы**

Список разработчиков ОПОП, экспертов

Разработчики:

Доцент кафедры теории права,
международного права и сравнительного
правоведения, к. полит. н.



Т. А. Тризно

Эксперты:

Директор маркетингового
агентства MIX



М.О. Линько

Приложение 1. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973)
2.	06.013	Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017

Приложение 2. Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
				Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6
06.013 Специалист по информационным ресурсам	С	Управление информационным и ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	С/01.6	6
				Контроль за наполнением сайта	С/03.6	6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	С/05.6	6
				Подготовка отчетности по сайту	С/06.6	6
				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	С/07.6	6

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева»

СОГЛАСОВАНО

Председатель Ученого совета
института Г.В. Палаткина
«31» 08 2023 г.



ПРЕДТВЕРЖДАЮ

А.В. Титов

» 08 2023 г.

09-07-04/180 от 21.06.2021

номер внутривузовской регистрации

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

в ОПОП по направлению подготовки

**42.03.01 Реклама и связи с
общественностью**

направленность (профиль)

Реклама и связи с общественностью

год приема

2021

форма обучения

заочная

на 2023/2024 учебный год

1. Актуализирован учебный план.
2. Актуализированы рабочие программы дисциплин, программ практик на 2-4 курсы и программа государственной итоговой аттестации.

Основание: решение ученого совета юридического факультета от 09.06.2023 г. № 11

Руководитель ОПОП: Тризно Т.А., доцент кафедры теории права, международного права и сравнительного правоведения