

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

ОПОП ВО – программа бакалавриата
рассмотрена и утверждена
Ученым советом
АГУ им. В.Н. Татищева
протокол № 14
от «22» 04 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

И.А. Алексеев
2024 г.
150
номер внутривузовской регистрации



**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки / специальность	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) ОПОП / специализация	
Квалификация (степень)	бакалавр
Форма обучения	очная, заочная
Объем образовательной программы	240 з.е
Срок освоения	4 года (по очной форме) / 4 года 6 месяцев (по заочной форме)
Государственная итоговая аттестация	подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы)
Выпускающие подразделения	Факультет филологии и журналистики, Кафедра журналистики и медиакommunikаций
Декан ФФЖ	Касьянова Л.Ю., доцент, доктор филологических наук
Руководитель ОПОП	Тризно Т.А., кандидат политических наук, доцент кафедры конституционного и международного права
Год приема	2024

Астрахань – 2024 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 Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 512 (зарегистрирован Минюстом России 29 июня 2017 г. № 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»;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «8» июня 2017 г. № 512 (далее – ФГОС ВО);

– 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;

– Профессиональные стандарты, соотнесенные с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью;

– другие федеральные и локальные нормативные акты.

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 подготовку специалиста в области рекламы и связей с общественностью, профессионала высокого уровня, социально мобильного, целеустремленного, организованного, с гражданской позицией, толерантного, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность на основе овладения универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями; личности, способной ориентироваться в сложных реалиях современного мира и самостоятельно принимать адекватные решения. Дисциплины, предусмотренные учебным планом, связаны с пониманием современной медиаиндустрии, актуальных гуманитарных направлений, созданием рекламных продуктов, продвижением любой продукции, реализацией коммуникационных кампаний.

Попутно решаются и следующие задачи:

- подготовка в области основ гуманитарных, социальных, экономических знаний;
- получение высшего профилированного образования, позволяющего выпускнику быть конкурентоспособным и успешно работать в сфере рекламы и связей с общественностью;
- обладать 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».

Целью ОПОП в области воспитания является развитие у студентов личностных качеств, способствующих их творческой активности, общекультурному росту и социальной мобильности, целеустремленности, организованности, трудолюбию, ответственности, самостоятельности, гражданственности, приверженности этическим ценностям, толерантности, настойчивости в достижении цели, а также способности студента владеть культурой мышления, обобщать, анализировать и воспринимать информацию.

Перед студентом ставится задача: уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям, понимать движущие силы и закономерности медийной и рекламной отраслей, место личности в историческом процессе, политической организации общества, использовать это знание в профессиональной деятельности.

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

- в очной форме обучения, включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года.
- в заочной форме обучения увеличивается не менее чем на 6 месяцев по сравнению со сроком получения образования в очной форме обучения и 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 по сравнению со сроком получения образования, установленным для соответствующей формы обучения.

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 70 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 80 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.

1.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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

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);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации); сфера рекламы и связей с общественностью. – **добавьте эту сферу в табл. 1**

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 / группам общественности.

2.3. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, 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, представлен в Приложении 2.

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

- организационный;
- авторский;
- маркетинговый;
- проектный.

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)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой)	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
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	

информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы) 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам / группам общественности
	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. Демонстрирует знание особенностей системного и критического мышления, аргументированно формирует собственное суждение и оценку информации, принимает обоснованное решение УК-1.2. Применяет логические формы и процедуры, способен к рефлексии по поводу собственной и чужой мыслительной деятельности УК-1.3. Анализирует источники информации с целью выявления их противоречий и поиска достоверных суждений, вырабатывает стратегию действий
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. Определяет совокупность взаимосвязанных задач и ресурсное обеспечение, условия достижения поставленной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2. Оценивает вероятные риски и ограничения, определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач УК-2.3. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения
Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Демонстрирует способность работать в команде, проявляет лидерские качества и умения УК-3.2. Демонстрирует способность эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участвуя в обмене информацией, знаниями и опытом и презентации результатов команд УК-3.3. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Владеет системой норм русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации и нормами иностранного(ых) языка(ов), использует различные формы, виды устной и письменной коммуникации

		<p>УК-4.2. Использует языковые средства для достижения профессиональных целей на русском и иностранном(ых) языке(ах) в рамках межличностного и межкультурного общения</p> <p>УК-4.3. Осуществляет коммуникацию в цифровой среде для достижения профессиональных целей и эффективного взаимодействия</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Анализирует социокультурные различия социальных групп, опираясь на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории, социокультурных традиций мира, основных философских, религиозных и этических учений</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям Отечества</p> <p>УК-5.3. Конструктивно взаимодействует с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции</p> <p>УК-5.4. Сознательно выбирает ценностные ориентиры и гражданскую позицию; аргументированно обсуждает и решает проблемы мировоззренческого, общественного и личностного характера</p>
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	<p>УК-6.1. Оценивает личностные ресурсы и управляет своим временем для выстраивания траектории саморазвития</p> <p>УК-6.2. Эффективно использует время и другие ресурсы при реализации траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни</p>
	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>УК-7.1. Определяет личный уровень сформированности показателей физического развития и физической подготовленности</p> <p>УК-7.2. Владеет технологиями здорового образа жизни и здоровьесбережения, отбирает комплекс физических упражнений с учетом их воздействия на функциональные и двигательные возможности, адаптационные ресурсы организма и на укрепление здоровья</p>
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	<p>УК-8.1. Оценивает факторы риска, умеет обеспечивать личную безопасность и безопасность окружающих в повседневной жизни и в профессиональной деятельности</p> <p>УК-8.2. Знает и может применять методы защиты в чрезвычайных ситуациях и в условиях военных конфликтов, формирует культуру безопасного и ответственного поведения</p>
Экономическая культура, в том числе финансовая	УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК-9.1. Понимает базовые принципы экономического развития и функционирования экономики, цели и формы участия государства в экономике</p> <p>УК-9.2. Применяет методы личного экономического</p>

грамотность		и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-10.1. Знает и понимает социально-экономические причины коррупции, принципы, цели и формы борьбы с проявлениями коррупционного поведения; идентифицирует и оценивает коррупционные риски в профессиональной деятельности, демонстрирует способность противодействовать коррупционному поведению в профессиональной деятельности УК-10.2. Знает и понимает основные принципы государственной политики в сфере противодействия терроризму и экстремизму, правовые и организационные основы профилактики терроризма и экстремизма и борьбы с ними, минимизации и (или) ликвидации последствий проявлений терроризма и специфику профилактики экстремизма в сфере профессиональной деятельности

Таблица 3. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности журналистских текстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапроектов, и (или) текстов рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапроектов, и (или) 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 медиатекстах 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. Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах (или) медиапродуктах, и (или) медиапроектах, и (или) текстах рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса. ОПК-3.2. Применяет средства художественной выразительности в создаваемых журналистских текстах и (или) медиапродуктах, и (или) медиапроектах, и (или) текстах рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктах
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 журналистских текстов и (или) медиапродуктов, и (или) медиапроектов, и (или) текстов рекламы и связей с общественностью, и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-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 сферах журналистики и (или) медиакоммуникаций, и (или) 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. Использует современные информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач ОПК-6.2. Использует принципы информационной безопасности при работе с информацией в процессе решения задач профессиональной деятельности
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 поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми профессиональными стандартами, принципами социальной ответственности, этическими нормами и законами в области средств массовой информации и рекламы.

Таблица 4. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный			

<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>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. ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>
Тип задач профессиональной деятельности: авторский			
<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. 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.</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>
Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый			
<p>Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов</p>	<p>ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта. ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта. ПК-3.3. Осуществляет</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>

коммуникации		мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.	
Тип задач профессиональной деятельности: проектный			
Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью. ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью. ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

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, составляет не менее 40 процентов общего объема программы бакалавриата.

Объем контактной работы включает контактную работу при проведении учебных занятий по дисциплинам (модулям), промежуточной аттестации обучающихся, 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)

Аннотации рабочих программ дисциплин

Б1.Б.00 Обязательная часть

Б1.Б.01 МОДУЛЬ «РОССИЯ И МИР»

Б1.Б.01.01 ИСТОРИЯ РОССИИ

Цель: формирование у студентов общегражданской идентичности, основанной на понимании исторического опыта строительства российской государственности на всех его

этапах, понимании того, что на всем протяжении российской истории сильная центральная власть имела важнейшее значение для построения и сохранения единого культурно-исторического пространства национальной государственности.

Задачи:

– сформировать у студентов цельный образ истории России с пониманием ее специфических проблем, синхронизировать российский исторический процесс с общемировым, а также развить умения работы с историческими источниками и научной литературой;

– помочь студенту овладеть знаниями исторических фактов – дат, мест, участников и результатов важнейших событий, а также исторических названий, терминов; усвоить исторические понятия, концепции; обратить особое внимание на периоды, когда Россия сталкивалась с серьезными историческими вызовами или переживала кризисы, рассмотреть вызвавшие их причины и предпосылки, а также пути преодоления; рассмотреть исторический опыт национальной и конфессиональной политики Российского государства на всех этапах его существования (включая периоды Российской империи и Советского Союза) по достижению межнационального мира и согласия, взаимного влияния и взаимопроникновения культур;

– сформировать у студентов представление об историческом пути российской цивилизации как неотъемлемой части мирового исторического процесса через изучение основных культурно-исторических эпох;

– выработать у студентов навыки и умения извлекать информацию из исторических источников, применять ее для решения познавательных задач; использовать приемы исторического описания (рассказ о событиях, процессах, явлениях) и объяснения (раскрытие причин и следствий событий, выявление в них общего и различного, определение их характера, классификация и др.);

– сформировать подход к истории российского государства как к непрерывному процессу обретения национальной идентичности, становления единого культурно-исторического пространства;

– повысить гражданскую, правовую, духовную культуру студентов, содействовать формированию патриотических качеств обучающихся, подготовить их к активному участию в современной общественной жизни страны.

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

Краткое содержание: *История как наука.* История России как часть мировой истории. Принципы периодизации в истории. Древний мир, Средние века, Новая история, Новейшая история. Общее и особенное в истории разных стран и народов. Роль исторических источников в изучении истории. Хронологические рамки истории России. Географические рамки истории России в пределах распространения российской государственности в тот или иной период.

Народы и государства на территории современной России в древности. Древняя Русь в IX – первой половине XIII вв. Великое переселение народов. Падение Западной Римской империи и образование германских королевств. Социально-экономическое и политическое развитие стран Европы и Азии в период Средневековья. Проблема образования Древнерусского государства. Первые русские князья. Христианство, ислам и иудаизм как традиционные религии России. Формирование земель – самостоятельных политических образований («княжеств»). Великая степь в XII в., объединение монголов и формирование державы Чингисхана. Походы Батыя в Восточную и Центральную Европу. Возникновение Орды. Роль Руси в защите Европы от Орды. Крестовые походы. Древнерусская культура.

Формирование единого Российского государства во второй половине XIII – начале XVI вв. Северо-западные земли Руси. Эволюция республиканского строя в Новгороде и Пскове. Княжества Северо-Восточной Руси. Борьба за великое княжение Владимирское. Первые московские князья. Закрепление первенствующего положения Московского

княжества в Северо-Восточной Руси. Образование национальных государств в Европе: общее и особенное. Иван III. Завершение объединения русских земель Василием III.

Россия в XVI–XVII веках. Великие географические открытия. Реформация и контрреформация в Европе. Официальное принятие Иваном IV царского титула. Правительство «Избранной рады». Опричнина. Внешняя политика при Иване Грозном. Смутное время в России в начале XVII в. Внутренняя и внешняя политика России в XVII в. Культура России в XVI–XVII вв.

Российская империя в XVIII веке. Реформы Петра Великого. Внешняя политика Петра I. Эпоха «дворцовых переворотов» (1725–1762 гг.). Образование Соединенных Штатов Америки. Французская революция конца XVIII в. Османская империя. Индия. Китай. Вопрос о просвещенном абсолютизме в России. «Просвещенный абсолютизм» Екатерины II. Внешняя политика России середины и второй половины XVIII в.

Российская империя в первой половине XIX века. «Блистательный век» Александра I: задуманное и осуществленное. Участие в антифранцузских коалициях. Отечественная война 1812 г.: характер военных действий. Роль России в освобождении Европы от наполеоновской гегемонии. Крестьянский вопрос в царствование Николая I: секретные комитеты. «Киселевская реформа» государственных крестьян. Финансовые преобразования Е.Ф. Канкрин. Русская общественная мысль второй четверти XIX в. Перемены во внешнеполитическом курсе во второй четверти XIX в. Россия и европейские революции. Крымская война. Парижский мирный договор.

Российская империя во второй половине XIX – начале XX вв. Становление индустриальной цивилизации. Технический прогресс. Ведущие страны Европы и мира во второй половине XIX – начале XX в.: социально-экономическое и политическое развитие. Время Великих реформ в России. Общественно-политические движения в России во второй половине XIX – начале XX в. Первая русская революция. Первая мировая война. Культура в России во второй половине XIX – начале XX в.

Великая российская революция 1917–1922 гг. Причины революционного кризиса 1917 г. Февральские события в Петрограде. Между «февралем» и «октябрем». Свержение Временного правительства, захват власти большевиками в октябре 1917 г. Созыв и разгон Учредительного собрания. Гражданская война. Итоги революции.

СССР в 1920–1930-е гг. НЭП в Советской России. Образование СССР и принятие конституции СССР 1924 г. Политическая борьба в СССР в 1920-е гг. «Великий перелом». Переход к политике массовой коллективизации. Стройки первых пятилеток. «Ударники» и «стахановцы». Политические процессы в СССР в 1930-х гг. Массовые политические репрессии. Советский социум в 1930-е гг. Конституция 1936 г. Культурная революция. Внешняя политика СССР в 1920–1930-е гг.

Великая Отечественная война. Вторжение войск гитлеровской Германии и ее европейских сателлитов в СССР 22 июня 1941 г. Первые месяцы войны. Победа под Москвой и ее историческое значение. Сталинградские сражение – решающий акт коренного перелома в Великой Отечественной и во всей Второй мировой войне. Нацистский оккупационный режим. Массовые преступления гитлеровцев на временно оккупированной территории СССР. Становление партизанского движения в тылу противника. Жизнь советских граждан в тылу. Массовый трудовой героизм. Сражение на Курской дуге и наступление Красной армии по всем фронтам до весны 1944 г. Окончательное освобождение территории СССР и освободительный поход в Восточную и Центральную Европу. Решающий вклад СССР в победу антигитлеровской коалиции.

Советский Союз в 1945–1991 гг. Послевоенное восстановление экономики. «Холодная война» и ее влияние на социально-экономическое развитие страны. «Оттепель» (вторая половина 1950-х – первая половина 1960-х гг.). Приход к власти Л.И. Брежнева. Принцип коллективного руководства. СССР – вторая экономика мира. Динамика экономического развития СССР в середине 1960-х – начале 1980-х гг. по сравнению с ведущими странами Запада. Принятие Конституции СССР 1977 г. Внешняя политика СССР в 1945–1985 гг. Попытки реформирования СССР во второй половине 1980-х гг. Формирование идеологии нового курса. «Парад суверенитетов» – причины и следствия.

Обострение межнациональных конфликтов. Путч ГКЧП, учреждение Содружества Независимых Государств и роспуск СССР. Внешняя политика периода «перестройки». «Новое мышление». Развитие культуры в СССР 1945–1991 гг.

Современная Российская Федерация (1991–2022 гг.). Экономическое и социально-политическое развитие России в 1990-х гг. Политический кризис 1993 г. и его разрешение. Принятие Конституции РФ 1993 г. Центробежные тенденции. Борьба за восстановление конституционного порядка в Чечне. Назначение премьер-министром РФ В.В. Путина. Победа над международным терроризмом в Чечне. Бомбардировки США и НАТО Югославии в 1999 г. как переломный момент взаимоотношений России с Западом. Избрание в 2000 г. В.В. Путина Президентом России. Устойчивый экономический рост. Попытки построения инновационной экономики. Избрание в 2008 г. Президентом РФ Д.А. Медведева. Переизбрание В.В. Путина Президентом РФ в 2012 и 2018 гг. Конституционный референдум 2020 г. Внешняя политика в 2000–2013 гг. Отход России от односторонней ориентации на страны Запада, ставка на многовекторную внешнюю политику. Отказ США, НАТО и ЕС от обсуждения угроз национальной безопасности России. Основные тенденции, проблемы и противоречия мировой истории начала XXI в.

Б1.Б.01.02 ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Цель: формирование у обучающихся системы знаний, навыков, компетенций, ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознанием особенностей исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи:

- представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и константы;
- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;
- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;
- изучить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (соборный) характер;
- представить особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;
- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;
- обозначить фундаментальные ценностные константы российской цивилизации, такие, как общинность, чувство долга и сверхцели, экзистенциальная устойчивость и приоритет нематериального над меркантильным, а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития, такие, как суверенитет, согласие, созидание, служение, справедливость и стабильность.

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

Краткое содержание: *Что такое Россия.* Страна в её пространственном, человеческом, ресурсном, идейно-символическом и нормативно-политическом измерении.

Основы российской цивилизации. Исторические, географические, институциональные основания формирования российской цивилизации. Концептуализация понятия «цивилизация».

Российское мировоззрение и ценностные константы российской цивилизации. Мировоззрение и его значение для человека, общества, государства. Ценностный каркас российской цивилизации, теоретические концепции мировоззрения и системная пятиэлементная модель «человек – семья – общество – государство – страна».

Политическое устройство России. Объективное представление российских государственных и общественных институтов, их истории и ключевых причинно-следственных связей последних лет социальной трансформации.

Вызовы будущего и развитие страны. Сценарии перспективного развития страны и роль гражданина в этих сценариях. Цивилизационные вызовы и ценностные ориентиры российской цивилизации, траектории реализации творческого и профессионального потенциала человека.

Б1.Б.02 ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИЙ МОДУЛЬ

Б1.Б.02.01 ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Цель: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств и методов физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование готовности к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала физической культуры;
- понимание роли физической культуры в развитии личности и подготовке ее к профессиональной деятельности;
- знание научно-практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре и потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями и спортом.

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

Краткое содержание: Физическая культура и спорт в общекультурной и профессиональной подготовке студентов. Социально-биологические основы физической культуры и основы здорового образа жизни. Физические качества человека (сила, гибкость, выносливость, быстрота, ловкость). Спорт.

Легкая атлетика. Основы техники безопасности. Обучение и овладение двигательными навыками и умениями. Техника видов легкой атлетики. Специальные беговые упражнения, прикладные упражнения. Контрольные тесты.

Гимнастика. Общая физическая подготовка (ОФП). Основы техники безопасности. Разнообразные комплексы ОРУ для развития физических качеств. Средства и методы ОФП. Контрольные тесты.

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). Контрольные тесты.

Спортивные игры. Основы техники безопасности. Обучение элементам техники, тактики спортивных игр. Учебные игры. Подвижные игры в системе физического воспитания. Контрольные тесты.

Б1.Б.02.02 ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ

Цель: овладение студентами системой специальных знаний, практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья; формирование профессионально значимых физических качеств и свойств личности; формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре и спорту, потребности в регулярных занятиях физической культурой и спортом, снижения утомления в процессе профессиональной деятельности.

Задачи:

- сохранение и укрепление здоровья студентов, содействие правильному формированию и всестороннему развитию организма, поддержание высокой работоспособности на протяжении всего периода обучения;
- приобретение практических основ, теоретических и методических знаний по физической культуре и спорту, обеспечивающих грамотное самостоятельное использование их средств, форм и методов в жизнедеятельности;
- знание научно-биологических, психолого-педагогических и практических основ физической культуры, спорта и здорового образа жизни;
- приобретение опыта творческого использования деятельности в сфере физической культуры и спорта для достижения жизненных и профессиональных целей;
- приобретение студентами необходимых знаний по основам теории, методики и организации физического воспитания и спортивной тренировки, подготовка к работе в качестве общественных инструкторов, тренеров и судей;
- совершенствование спортивного мастерства студентов-спортсменов;
- подготовка к выполнению нормативных требований Всероссийского физкультурно-спортивного комплекса ГТО.

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

Краткое содержание: Для освоения элективных курсов по физической культуре и спорту студенты распределяются по видам спорта с учетом их интереса и материально-технических возможностей физкультурно-оздоровительного комплекса АГУ. В процессе освоения элективных курсов по физической культуре и спорту студентам предоставляется возможность выбора вида спорта (модуля) и право перехода из группы выбранного вида спорта в группу другого вида спорта. Переход осуществляется по желанию студента только после окончания семестра.

Модули:

- Спортивные игры. Баскетбол.
- Спортивные игры. Волейбол.
- Спортивные игры. Футбол.
- Гимнастика. Общая физическая подготовка (ОФП).
- Плавание.
- Легкая атлетика.

Б1.Б.02.03 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель: получение знаний, необходимых для обеспечения безопасности и достижения комфортных условий жизнедеятельности человека в системе «человек – среда обитания», изучение основных методов защиты производственного персонала, населения и территорий при чрезвычайных ситуациях, формирование сознательного и ответственного отношения к вопросам личной безопасности и безопасности окружающих.

Задачи:

- освоение знаний о безопасном поведении человека в опасных и чрезвычайных ситуациях природного, техногенного и социального характера; о государственной системе защиты населения от опасных и чрезвычайных ситуаций; об обязанностях граждан по защите государства;
- воспитание ценностного отношения к здоровью и человеческой жизни; развитие черт личности, необходимых для здорового образа жизни, безопасного поведения в

чрезвычайных ситуациях и соблюдения бдительности при возникновении угрозы терроризма;

- овладение умениями оценивать ситуации, опасные для жизни и здоровья, грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях, использовать средства индивидуальной и коллективной защиты, оказывать первую помощь пострадавшим;

- формирование мировоззрения и воспитания у учащихся социальной ответственности за последствия своей будущей профессиональной деятельности;

- развитие потребности в расширении и постоянном углублении знаний по проблемам обеспечения безопасности жизнедеятельности в современных условиях.

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

Краткое содержание:

Введение. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности. Предмет и задачи дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». Основные понятия и определения данной дисциплины (чрезвычайная ситуация, авария, фактор риска, опасная зона, опасный фактор, вредный фактор, производственная санитария, техника безопасности, экологическая катастрофа и др.). Аксиома о потенциальной опасности. Концепция приемлемого риска. Основные принципы обеспечения безопасности деятельности (ориентирующие, технические, управленческие, организационные).

Основы физиологии труда. Негативные факторы техносферы, их воздействие на человека. Профессиональные вредности производственной среды и классификация основных форм трудовой деятельности. Работоспособность человека и ее динамика. Классификация негативных факторов производственной среды и условий трудовой деятельности. Производственный микроклимат и его влияние на организм человека.

Чрезвычайные ситуации мирного и военного времени, общая характеристика. Основы военной подготовки. Российская система предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций (РСЧС) и гражданская оборона. Основные задачи единой государственной системы предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. Координирующие органы РСЧС на федеральном, региональном, территориальном, местном, объектовом уровнях. Органы повседневного управления РСЧС. Силы и средства РСЧС. Предупреждение и ликвидация чрезвычайных ситуаций. Концепция национальной безопасности Российской Федерации (РФ). Национальные интересы РФ. Военная безопасность как часть национальной безопасности России, принципы и главные направления ее обеспечения. Основы обороны государства. Борьба с преступностью и охрана общественного порядка. Федеральная служба безопасности РФ. Организация ГО в образовательных учреждениях. Средства и способы защиты. Современные средства поражения: ядерное, химическое, биологическое оружие и их поражающие факторы. Мероприятия по защите населения от них. Средства индивидуальной защиты населения, их предназначение.

Чрезвычайные ситуации природного характера и защита от них. Природные чрезвычайные ситуации геологического происхождения: землетрясения, извержения вулканов, оползни и обвалы. Их последствия, мероприятия по защите населения. Природные чрезвычайные ситуации метеорологического происхождения: ураганы, бури, смерчи; их последствия, меры, принимаемые по защите населения. Природные чрезвычайные ситуации гидрологического происхождения: наводнения, сели, цунами; их последствия, мероприятия, проводимые по защите населения.

Чрезвычайные ситуации техногенного характера и защита от них. Химически опасные объекты. Аварии на химически опасных предприятиях, их причины. Аварийно-химические опасные вещества (АХОВ), их классификация. Чрезвычайные ситуации при авариях на радиационно-опасных объектах. Основные поражающие факторы при радиационных авариях (ударная волна, ионизирующее излучение, заражение окружающей среды радиоактивными веществами). Защита от облучения при радиационной аварии. Действия населения при аварии с выходом радиоактивных веществ (РВ). Защита населения

от последствий гидродинамических аварий. Правила поведения при угрозе и во время гидродинамических аварий.

Чрезвычайные ситуации социального характера и защита от них. Противодействие терроризму и экстремизму. Городской транспорт и его опасности. Виды дорожно-транспортных происшествий. Основные правила безопасного поведения на различных видах транспорта. Город как среда повышенной опасности. Толпа, ее особенности и виды. Паника, причины ее возникновения. Массовые погромы и их особенности. Массовые зрелища и городские праздники. Правила поведения в местах массового скопления людей. Криминогенные ситуации, которые могут возникнуть в повседневной жизни. Терроризм, его причины и признаки проявления. Социально-психологические характеристики террориста. Виды террористических актов и способы их осуществления. Организация антитеррористических и иных мероприятий по обеспечению безопасности в образовательном учреждении. Правила поведения для заложников. Курение, алкоголизм, наркомания, токсикомания как социально опасные явления. Виды психического воздействия на человека и защита от них (сектанство, шантаж, мошенничество, бандитизм, разбой, рекет). Демографическая ситуация в РФ, демографические показатели здоровья населения страны, основные составляющие здорового образа жизни. Факторы здоровья и факторы риска. Здоровый образ жизни- необходимое условие безопасности жизнедеятельности.

Биологические и экологические опасности. Опасные и особо опасные заболевания человека, животных и растений. Глобальные экологические проблемы современной цивилизации. Российская законодательная система экологической безопасности. Природные чрезвычайные ситуации биологического происхождения: эпидемии, эпизоотии, эпифитотии. Меры, принимаемые по защите населения.

Правовые, нормативно-технические и организационные основы обеспечения безопасности жизнедеятельности. Организационные и правовые основы охраны окружающей среды. Правовое обеспечение безопасности жизнедеятельности на производстве. Производственный травматизм и меры по его предупреждению. Правовые и организационные аспекты обеспечения безопасности в чрезвычайных ситуациях.

Характеристика состояний, требующих оказания первой медицинской помощи. Правила оказания ПМП. ПМП при поражениях в ЧС мирного времени. Основные поражающие факторы ЧС и последствия их воздействия на организм человека. Механическая травма. Утопление. Температурная травма. Радиационные поражения. Электротравма. Заражение окружающей среды бактериальными средствами. Реанимация. Правила транспортировки пораженных. Медицинские средства индивидуальной защиты.

Б1.Б.03 КОММУНИКАТИВНЫЙ МОДУЛЬ

Б1.Б.03.01 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель: обеспечение владения обучающимися умениями и навыками пользования наиболее употребительными языковыми средствами для решения задач межличностного и межкультурного общения на иностранном языке в рамках ежедневной коммуникации.

Задачи:

– развитие навыков устного и письменного общения на ежедневные темы на иностранном языке, овладение общеупотребительной лексикой иностранного языка; совершенствование знаний лексико-грамматических и стилистических особенностей изучаемого иностранного языка для решения коммуникативных задач в рамках межличностного общения;

– совершенствование приобретённых в школьном курсе навыков употребления лексики и грамматики;

– развитие умений и навыков самостоятельной работы над междисциплинарным образовательным проектом, системой иноязычных знаний и умений, позволяющей планировать собственную деятельность;

– развитие навыков работы в команде (активное обсуждение представленных проектов, выбор формы презентации результатов проекта и т.п.) и самопрезентации при публичном выступлении на иностранном языке (при этом иностранный язык

рассматривается уже не как предмет изучения, а как средство общения с аудиторией) при осуществлении студентами образовательных проектов в рамках учебной деятельности.

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

Краткое содержание:

Модуль «Я говорю»: Тема 1: Моя визитная карточка. Тема 2: Моя семья и друзья. Тема 3: Моя квартира. Тема 4: Мой рабочий / выходной день. Тема 5: Мое хобби.

Модуль «Я и цифра»: Тема 1: Компьютерные технологии. Тема 2: Компьютер и образование. Тема 3: Использование компьютера для развлечения. Тема 4: Компьютерные технологии в моей будущей профессии.

Здоровьесберегающий модуль: Тема 1: Здоровый образ жизни, здоровые привычки. Тема 2: Осмотр врача. Тема 3: Спорт, виды спорта и спортивные игры. Тема 4: Здоровое питание. Диета – за и против.

Модуль «Управление проектами»: Тема 1: Что такое проект? Тема 2: Структура проекта. Тема 3: Этапы работы над проектом. Тема 4: Мой проект.

Модуль «Россия и мир»: Тема 1: Российская Федерация – географическое положение, климат, политика и ресурсы. Тема 2: Мой родной город. Тема 3: Страны изучаемого языка – географическое положение, климат, политика и ресурсы. Тема 4: Страна, которую я хотел(а) бы посетить.

Модуль «Современные технологии мышления»: Тема 1: Общество и культура. Тема 2: Искусственный интеллект, взаимосвязь сознания и искусственного интеллекта. Тема 3: Этические проблемы современного общества. Тема 4: Деньги и их роль в жизни человека.

Правозащитный модуль: Тема 1: Права и обязанности современного гражданина. Тема 2: Обязанности, выполняемые в рамках профессиональной деятельности.

Б1.Б.03.02 РЕЧЕВЫЕ ПРАКТИКИ

Цель: дать системное представление о речевых практиках устной и письменной речи; сформировать умения и навыки владения устной и письменной формами современного русского литературного языка, обеспечивающими эффективное речевое общение в различных ситуациях межличностного и профессионально значимого общения.

Задачи:

- раскрыть основы языковой, риторической и этической культуры речевой коммуникации;
- научить использовать основные стратегии и тактические приемы речевой коммуникации с целью убеждения;
- способствовать приобретению практических навыков реализации различных видов речевой деятельности в учебно-научном и профессиональном общении;
- сформировать практические навыки в создании речевых высказываний в соответствии с этическими, коммуникативными и языковыми нормами;
- способствовать овладению студентами приемами создания устных и письменных текстов различных жанров словесности;
- сформировать навыки эффективного публичного выступления.
- сформировать творчески активную речевую личность, умеющую применять полученные знания и приобретенные умения в новых, постоянно меняющихся условиях коммуникации, способную искать и находить собственное решение многообразных профессиональных задач.

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

Краткое содержание:

Модуль 1. Речевые коммуникации в учебно-научной и профессиональной деятельности. Виды и формы речевой деятельности. Деловой дискурс. Письменные и устные жанры делового общения. Научный дискурс. Письменные и устные жанры учебно-научной коммуникации.

Модуль 2. Культура речевой деятельности. Психологические основы эффективного речевого взаимодействия. Постулаты речевого взаимодействия. Речевое взаимодействие и речевая безопасность в Сети. Принципы, обеспечивающие эффективную коммуникацию. Коммуникативные тактики и стратегии. Этика речевого общения. Понятие речевого этикета. Этикетные модели и формулы устной и письменной коммуникации. Коммуникативные качества речи: правильность, логичность, уместность, выразительность, лаконичность и др.

Модуль 3. Публичная речь. Риторические основы публичной коммуникации. Риторическая культура в современном обществе. Античный риторический канон и его современные модификации. Образ ратора. Риторическая аргументация. Риторическая композиция. Виды композиционных моделей ораторской речи.

Модуль 4. Ортологический тренинг. Литературный язык и языковая норма. Формы существования национального языка. Система норм современного русского литературного языка. Понятие языковой нормы. Норма и речевая ошибка. Орфоэпические, лексические и грамматические нормы современного русского литературного языка как факторы формирования языкового сознания и регуляторы эффективной речевой практики. Орфографические и пунктуационные нормы современного русского литературного языка, регламентирующие письменную речевую деятельность.

Б1.Б.04 МОДУЛЬ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЫШЛЕНИЯ»

Б1.Б.04.01 ФИЛОСОФИЯ

Цель: формирование у студентов представлений о структуре мыслительного процесса, усвоение типов технологий мышления, навыков самостоятельного системного критического мышления.

Задачи:

- понимать значение технологии мышления и философии как мыслительной деятельности в процессе развития человеческого познания;
- сформировать представление о структуре, форме и типах мышления;
- овладеть навыками логического и продуктивного мышления для решения как учебных, так и жизненных задач;
- сформировать представление об этапах становления и развития мышления;
- овладеть умением использования технологии критического мышления при работе с информацией;
- сформировать умение использовать знание современной технологии мышления в своей профессиональной деятельности в условиях межкультурного многообразия общества.

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

Краткое содержание:

Мышление, самосознание, телесность, социальность. Понятие мышления, основные стратегии мышления, специфика и элементы философского мышления. Разум и словесность. Философия как технология мышления. Сознание и действительность. Философия и мировосприятие. Типы мировоззрений. Идеал и рациональность.

Исторические типы мышления: космоцентризм, геоцентризм, антропоцентризм. Индуктивный эмпиризм и дедуктивный рационализм. Модель рационализма И. Канта. Рационализм и иррационализм. Формирование современных технологий мышления. Религиозный тип мышления и российская философия.

Представление и реальность. Идеализм и материализм. Монизм, дуализм, плюрализм. Бытие и ничто. Сущность и явление. Диалектика как технология мышления. Каузальный детерминизм и индетерминизм. Компатибилизм и свобода воли. Системное мышление.

Познание, знание, истина и проблемы эпистемологии. Когнитивная структура сознания. Чувства и разум. Познавательные способности человека. Проблема искусственного интеллекта. Логика как учение о формах правильного мышления. Наука и технологии мышления.

Личность: самосознание и бессознательное. Трансгуманизм и его основные идеи. Человек как проект. Право и мораль.

Общество и власть. Власть и технологии. Техника и технологии. Традиция и модернизация. Гуманизм и глобализация. Виртуальность и коммуникация.

Виды мышления и его технологий: наглядно-действенное, наглядно-образное и словесно-логическое. Теоретическое и эмпирическое мышление. Репродуктивное и продуктивное (творческое) мышление. Клиповое мышление. Гибкость мышления. Творческое мышление. Мышление как процесс постановки и решения творческих задач. Критическое мышление. Технологии критического мышления. Когнитивные искажения.

Экологическое сознание. Технологии мышления и восприятие межкультурного многообразия общества.

Б1.Б.04.02 ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Цель: сформировать у обучающихся способности принимать обоснованные экономические и финансовые решения в различных областях жизнедеятельности на основе научных знаний о закономерностях развития и функционирования современной экономики, ее финансовой системы, принципов рационального экономического и финансового поведения в условиях экономических и финансовых рисков.

Задачи:

– формирование у обучающихся знаний об экономической сфере общества и экономической культуре, о закономерностях функционирования и поведения субъектов рыночной экономики на микро- и макроуровне, о функционировании механизма мирового хозяйства и инструментах социально-экономической политики;

– формирование умений использовать фундаментальные экономико-финансовые понятия и методологию экономической науки в различных областях жизнедеятельности, выбирать модель грамотного экономического и финансового поведения в условиях экономических и финансовых рисков;

– формирования у обучающихся навыков управления личными финансами, практического опыта принятия и реализации рациональных экономических и финансовых решений.

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

Краткое содержание: Методология экономической науки. Деньги и финансы. Основы экономического поведения, экономической культуры и финансовой грамотности. Потребительское поведение и рыночный спрос. Поведение фирм в условиях различных рыночных структур. Основы экономики благосостояния и общественного сектора. Налогообложение. Особенности рынков факторов производства и производительности в теории человеческого капитала. Понятие дискриминации на рынке труда. Институты рынка труда в России.

Методология макроэкономического анализа. Система национальных счетов и роль макроэкономических показателей. Инфляция и безработица. Антиинфляционные меры: политика регулирования доходов и цен: контроль над денежной массой. Государственная активная и пассивная политика занятости.

Экономические циклы и факторы экономического развития. Мировая экономика и мировой рынок. Валютный курс. Финансовые рынки и финансовые институты. Типы финансового поведения и финансовые риски.

Жизненный цикл и личное финансовое планирование. Инструменты социальной защиты в системе управления личными финансами. Пенсии: виды пенсий, механизмы формирования и реализации прав в системе пенсионного обеспечения. Механизмы формирования и реализации прав в системе пенсионного обеспечения России.

Б1.Б.04.03 КОГНИТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Цель: практическое освоение современных когнитивных технологий развития познавательной деятельности студентов для построения будущей профессиональной деятельности.

Задачи:

- формирование представлений о когнитивных технологиях как о процессе, предполагающем выстраивание системы саморазвития;
- развитие умения адекватного применения когнитивных технологий в учебной и будущей профессиональной деятельности;
- развитие умения критического анализа процесса и результата собственной деятельности.

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

Краткое содержание: Когнитивные технологии, понятие, сущность. Когнитивные системы человека: почему мозг материален, пластичен, неоднороден? Как мозг воспринимает действительность? Как мозг управляет поведением: от врожденного поведения до когнитивного контроля? Как активность мозга и социальные нормы взаимосвязаны?

Технологии развития интеллекта. Технологии латерального мышления. Технологии критического мышления (синквейн, инсерт, «Шесть шляп»). Когнитивные карты (Mind map). Техника «5 побед». Фрирайтинг. Брейнрайтинг.

Технологии принятия решения. Техника SWOT-анализ. Техника SMART. Метод фокальных объектов. Синектика. Дерево принятия решений.

Технологии управления временем. Матрица Эйзенхауэра. Модель «ДИПО». Метод 4 Д.

Технологии самоорганизации. Техника SCRUM. Канбан-доска (программа как цифровой инструмент). Trello-доска (программа как цифровой инструмент).

Б1.Б.04.04 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. АНТИКОРРУПЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Цель: ознакомление обучающихся с основами правового регулирования профессиональной деятельности и формирование у них антикоррупционного, антитеррористического и антиэкстремистского мировоззрения.

Задачи:

- формирование представлений о государстве, праве, государственно-правовых явлениях;
- приобретение умений ориентироваться в нормативном материале, регулирующем профессиональную деятельность, анализировать законодательство и практику его применения;
- развитие навыков применения полученных знаний в профессиональной деятельности;
- формирование представлений о природе и сущности коррупции, об опасности коррупции в сфере профессиональной деятельности;
- развитие потребности в противодействии коррупции, в ее неприятии как средства достижения личных или корпоративных целей;
- формирование гражданской позиции активного противодействия экстремизму и терроризму;
- приобретение навыков правовой оценки различных явлений общественной жизни на предмет выявления признаков экстремизма и терроризма, квалификации преступлений и правонарушений экстремистской и террористической направленности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2; УК-10.

Краткое содержание: Государство: понятие, функции. Механизм государства. Государственная власть и государственные органы. Право: понятие и функции. Система права. Нормативные правовые акты и система российского законодательства. Основные положения Конституции РФ. Права и свободы человека и гражданина, механизм их реализации. Гражданско-правовое регулирование профессиональной деятельности. Сделки. Право собственности. Обязательственное право. Трудовое право в обеспечении профессиональной деятельности. Административное право в обеспечении

профессиональной деятельности. Правовые основы противодействия коррупции. Ответственность за коррупционные правонарушения. Служебная этика и антикоррупционные стандарты поведения. Правовые основы предотвращения и урегулирование конфликта интересов. Коррупционные риски в системе государственного и муниципального управления. Коррупционные риски в коммерческих организациях. Терроризм как социально-политическое и правовое явление: понятие, сущность, содержание. Понятие и сущность экстремизма. Организационные основы противодействия экстремизму и терроризму на современном этапе. Ответственность за преступления террористического и экстремистского характера.

Б1.Б.05 МОДУЛЬ «Я И ЦИФРА»

Б1.Б.05.01 ЦИФРОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ

Цель: знакомство с общей концепцией использования цифровых технологий, обеспечивающих возможность комфортной жизни, обучения в цифровой среде, взаимодействие с обществом и решение цифровых задач в профессиональной деятельности.

Задачи:

- сформировать навыки эффективного взаимодействия в цифровой среде;
- сформировать умение самостоятельно осуществлять выбор цифровых инструментов и применять их с учетом целей и содержания профессиональной деятельности;
- способствовать формированию цифровой культуры;
- показать особенности использования цифровых технологий для саморазвития.

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

Краткое содержание:

Тема 1. Цифровая коллаборация. Свободное и открытое программное обеспечение. Облачные сервисы. Интернет-сервисы для организации совместной работы. Электронная почта. Планировщики, органайзеры. Файлообменники. Системы управления проектами и индивидуальными задачами в режиме онлайн. Цифровые инструменты для организации командного взаимодействия и совместной деятельности. Составление ментальных (ассоциативных) карт в процессе обучения. Использование виртуальных досок. Сервисы, платформы для организации и проведения веб-конференций и вебинаров.

Тема 2. Цифровое образование и саморазвитие. Практические методы поиска и анализа информации в Интернете. Интернет-технологии поиска информации. Запросы в поисковых системах. Источники информации. Использование информации. Образовательные возможности сети Интернет. Современные виды цифровых образовательных ресурсов. Электронная информационно-образовательная среда АГУ.

Тема 3. Информационная грамотность. Навыки XXI века: Госуслуги, платежные системы, оплата коммунальных услуг, налогов. Life-Long Learning в VUCA мире. Цифровые компетенции (для любой сферы). Социальные сети. Цифровой след. Работа с информацией в сети. Использование цифровых медиа. Этикет в сети. Общение по электронной почте.

Тема 4. Цифровая безопасность и эргономика. Виды информационных угроз и способы защиты от них. Спам в почте, социальных сетях и прочих платформах. Fake news. Безопасность аккаунтов. Онлайн мошенничество и персональные данные. Информационная гигиена.

Б1.Б.05.02 ВВЕДЕНИЕ В ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Цель: углубление общей цифровой грамотности и информационной культуры обучающихся, а также формирование системы знаний, умений и практических навыков в области использования информационных технологий в профессиональной деятельности.

Задачи:

- сформировать представление о принципах работы, структуре, устройстве и программном обеспечении персональных компьютеров;

- сформировать компетентности по использованию информационных технологий в профессиональной деятельности;
- обучить методам, приемам работы с технологиями обработки текстовой, числовой информации, визуализации и представления информации;
- развить творческий потенциал обучающегося, в том числе посредством командной работы, необходимый ему для дальнейшего самообучения, саморазвития в условиях бурного развития и совершенствования средств информационных технологий.

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

Краткое содержание:

Раздел 1. Современные информационные технологии. Предмет и задачи курса. Технические средства современных информационных технологий. Классификация информации и информационных технологий. Средства современных информационных технологий. Их виды. Технологии поиска, ввода, передачи, хранения, аналитической обработки информации. Свободное и открытое программное обеспечение, прикладное программное обеспечение (программное обеспечение, ориентированное на профессиональную деятельность). Цифровые инструменты для редактирования текстов, электронных таблиц, мультимедийных презентаций. Работа с файлами мультимедийного характера.

Раздел 2. Технологии обработки текстовой информации. Виды текстовых редакторов. Сервисы по обработке текстовой информации. Стилиевое форматирование текста, создание оглавления, автоматизация нумерации. Добавление объектов (таблицы, изображения, схемы, формулы и т.п.) – нумерация и создание ссылок на них. Сноски. Библиография.

Раздел 3. Технологии обработки числовой информации. Понятие и представление числовой информации. Решение задач: абсолютная адресация, логические функции, сложные таблицы, графики и диаграммы. Электронные таблицы как базы данных. Сервисы по обработке числовой информации.

Раздел 4. Визуализация и представление информации. Создание и форматирование презентаций. Требования к оформлению презентаций. Интерактивные презентации. Интернет-сервисы для создания презентаций. Инфографика. Информационные плакаты. Интернет-сервисы для создания инфографики.

Раздел 5. Информационные технологии в профессиональной деятельности. Прикладное программное обеспечение для решения профессиональных задач.

Б1.Б.05.03 СИСТЕМЫ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Цель: получение обучающимися представления о системах искусственного интеллекта (СИИ) и возможностях его использования в профессиональной сфере.

Задачи:

- сформировать у обучающихся представление о системах искусственного интеллекта;
- расширить представление обучающихся о возможностях применения систем искусственного интеллекта.

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

Краткое содержание:

Тема 1. История и перспективы развития систем искусственного интеллекта. Предмет, объект, метод, цель и задачи дисциплины. О понятии «Искусственный Интеллект» (ИИ). Направления исследований в ИИ. Основные задачи ИИ. Экономические и научно-технические предпосылки появления систем ИИ. Исторический обзор работ по СИИ в России и за рубежом. Основные направления исследований в области ИИ. Мифы и факты об ИИ.

Тема 2. Основные понятия систем искусственного интеллекта. Теоретические основы ИИ. Основные понятия ИИ. Информационные системы и искусственный интеллект.

Использование информационных систем в различных сферах экономики. Направления развития ИИ: логическое и нейрокибернетическое. Парадигма интеллектуальных технологий. Специфика и классификация задач, решаемых с помощью ИИ. Свойства и классификация СИИ.

Тема 3. Технологии искусственного интеллекта. Данные и знания. Способы представления знаний. Большие данные. Анализ больших данных. Теоретические основы технологий искусственного интеллекта. Экспертная система (интеллектуальные системы). Нейронные сети. Машинное обучение. Методы машинного обучения. Нерешённые вопросы технологий искусственного интеллекта.

Тема 4. Прикладные области деятельности для искусственного интеллекта. Компьютерное зрение. Биометрическая идентификация. Обработка естественного языка, поиск и извлечение информации из текстов. Распознавание речи. Синтез речи. Машинное зрение. Машинный перевод. Генерация текстов. Диалоговые системы (чат-боты). Творчество. Автономные автомобили. Робототехника. Сферы применения СИИ: государственное управление, безопасность, транспорт, промышленность, образование, наука, здравоохранение, культура, развитие новых отраслей. ИИ в профессиональной деятельности.

Тема 5. No-code и low-code платформы для разработки искусственного интеллекта (Практические работы). Обзор no-code и low-code платформ для разработки искусственного интеллекта и реализации алгоритмов машинного обучения.

Б1.Б.06 МОДУЛЬ «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ»

Б1.Б.06.01 ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПРОЕКТНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ)

Цель: сформировать у студентов базовую методологическую систему знаний, первичных умений, навыков, связанных с выполнением проектов и с будущей профессиональной деятельностью.

Задачи:

- освоить основные понятия проектной деятельности;
- сформировать у студентов умение определять круг задач в рамках поставленной цели, составлять и реализовывать план проекта;
- научить студентов применять цифровые инструменты при выполнении проектов;
- создавать условия для командной работы студентов над проектом, формировать критическое мышление и коммуникативные умения;
- научить студентов разрабатывать конкретные проекты с применением изучаемых учебных дисциплин;
- составлять отчёт о реализации проекта по конкретной предметно-содержательной области, уметь презентовать проект, делать выводы.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2; УК-3.

Краткое содержание:

Общее представление о проектной деятельности. Проектная деятельность: общее представление. Понятие проекта. Классификация проектов. Особенности проектов различных типов (инновационный, научно-исследовательский, организационный и др.). Важные элементы успешных проектов. Элементы успешного проекта: составляющие, характеристики успешных и проблемных проектов.

Формирование команды. Команда проекта: основные роли, руководитель проекта, ответственность. Ролевое распределение. Разработка матрицы ответственности.

Коммуникации в команде. Коммуникации в проекте: Участники коммуникации в проекте. Режим коммуникации. Средства коммуникации. Потребность в документировании. Примеры рациональных вариантов организации коммуникаций в команде. Практика по работе с облачными хранилищами файлов, системами видеоконференций, возможности применения социальных сетей и мессенджеров.

Генерация идей, оценка и выбор идеи проекта. Методы генерации идей. Методы оценки и отбора идей. Структура презентации идеи проекта.

Образ продукта проекта. Сформирование образа продукта. Схематизация проекта. Способы достижения конечного результата.

Жизненный цикл проекта. Фазы жизненного цикла проекта.

Планирование работ проекта. Планирование проекта. Значимость плана для управления. Что планируем (объекты планирования). Обзор методов. Примеры планов для проектов разных типов. Разработка календарного плана (графика, расписания). Процесс создания. Ключевые характеристики хорошего графика. Как избежать ошибок при разработке. Варианты эффективного представления графика. Формы представления и области их применения. Разработка календарного плана проекта. Планирование работы исполнителей.

Бюджет и риски. Бюджет проекта. Основные принципы, процесс подготовки, проблемы, возникающие при формировании бюджета. Разработка бюджета проекта. Риски проекта. Формирование реестра рисков проекта.

Реализация проекта. Методы и задачи управления проектами на этапе реализации. Оценка хода реализации проекта. Сбор информации о факте выполнения.

Завершение проекта. Сдача-приёмка продукта проекта по предметно-содержательной области. Презентация результатов. Закрытие проекта: основные принципы, распространённые трудности, способы завершения проекта. Составление итогового отчёта. Итоговая презентация.

Б1.Б.06.02 ПРОЕКТИРОВАНИЕ МЕДИАПРОДУКТА

Цель: дать студентам возможность в ходе осуществления учебных проектов овладеть технологиями и инструментами медиапроектирования.

Задачи: приобретение знаний об основных технологиях, инструментах, методах, применяемых в медиапроектировании; понимание того, каким образом конструируются инструменты медиапроектирования; понимание специфики различных видов и типов инструментов; обучение навыкам выбора инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2; ПК-4.

Краткое содержание: Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа. Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований. Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации. Принципы и методы планирования медиапроекта. Анализ рисков и ограничений медиапроекта. Создание организационной структуры медиапроекта. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта. Методы оценки эффективности медиапроекта. Современные технологии проектирования СМИ.

Б1.Б.07 ИСТОРИЯ ИСКУССТВ

Цель: формирование знаний в области истории мировой культуры и искусства в контексте эстетического и социокультурного функционирования мирового художественного процесса; воспитание способности понимать и чувствовать ход эволюции искусства, связь конкретных произведений с мировоззрением эпохи, в которую они создавались;

Задачи: сообщение студентам определенного объема системных знаний по основным видам изобразительного искусства, историко-художественных, социальных и национальных его характеристикам; формирование у бакалавров представления о единстве и различиях культурно-исторических процессов в рассматриваемых регионах; получение ясного представления об основных закономерностях смены больших художественных стилей, периодах их зарождения, расцвета и упадка; освоение специфического языка искусства, средств его художественной выразительности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5; ОПК-3.

Краткое содержание: Основы теории искусств. Виды и жанры искусств. Первобытное искусство. Искусство Древнего мира. Искусство Средних веков. Искусство Нового и Новейшего времени. Отечественное искусство XVIII–XX вв.

Б1.Б.08 ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Цель: сформировать у студентов целостное представление о закономерностях и основных этапах развития российской журналистики в условиях меняющейся общественно-политической, экономической и культурной жизни страны.

Задачи: познакомить студентов с наиболее важными фактами и явлениями эволюции отечественных СМИ; раскрыть основные закономерности развития периодической печати в России; охарактеризовать своеобразие каждого исторического этапа развития отечественной журналистики; показать особенности публицистического мастерства на примерах творческой деятельности ведущих журналистов в рамках основных журналистских жанров.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3; ОПК-5.

Краткое содержание: Зарождение официальных СМИ России XVIII в. Журналистика первой четверти XIX вв. Журналистика 1826–1830-х годов. Периодическая печать 1840-х гг. Журналистика 1855–1870-х гг. Журналистика 1880–1890-х гг. Журналистика начала XX века. Отечественная журналистика в период между двух революций (февраль – октябрь 1917 г.). Журналистика первых лет советской власти. Журналистика в период НЭПа. Отечественные СМИ в конце 20-х – 30-е гг. в условиях становления сталинского тоталитарного режима. Журналистика в период Великой Отечественной войны. Развитие системы СМИ в 1-ое послевоенное десятилетие. Журналистика в период «оттепели». Основные тенденции развития СМИ в 1970-х – нач. 80-х гг. Средства массовой информации второй половины 1980-х – начале 90-х гг. Журналистика России в 1990-е годы. Система СМИ России в начале XXI века.

Б1.В.09 СТИЛИСТИКА И РЕДАКТИРОВАНИЕ МЕДИАТЕКСТОВ

Цель: методическое обеспечение процесса получения студентами необходимых знаний в области стилистики и редактирования медиатекстов, 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 редактирования медиатекстов, развивать и совершенствовать навыки студентов в грамотном использовании разных функциональных стилей речи, а также максимума стилистических возможностей языка и всего многообразия его выразительных средств.

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

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.10 ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Цель: формирование у студентов системных знаний и представлений о литературном процессе в его внутренних эстетических закономерностях и во взаимосвязи с особенностями культурно-исторического развития России и других стран.

Задачи:

- познакомить студентов с основными периодами развития отечественной и зарубежной литературы, с их важнейшими памятниками;
- выделить закономерности литературной эволюции, обозначив художественное значение литературного произведения в связи с общественной ситуацией и культурой эпохой;
- научить ориентироваться в разнообразии литературных школ, течений, направлений литературы;
- выработать умения пользоваться современной литературоведческой терминологией, методами, применяемыми при анализе художественного произведения, обобщать и правильно интерпретировать художественные тексты;
- привить умение грамотно и убедительно излагать свои мысли, рассуждать, доказывать свою точку зрения.

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

Краткое содержание: Античная литература. Европейская литература средних веков и Возрождения. Отечественная литература XI–XVII веков. Европейская литература XVII–XVIII веков. Романтизм: причины возникновения, эстетика, основные течения. Реализм: важнейшие признаки, особенности, жанры. Модернистские тенденции в литературе рубежа XIX–XX веков. Литература первой половины XX века. Экзистенциализм. Театр абсурда. Общие закономерности развития литературы второй половины XX века. Основные тенденции в литературе конца XX – начала XXI веков.

Б1.Б.11 ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ И ПЕРЕГОВОРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Цель: раскрыть основные способы логического воздействия на убеждения людей, включая эмпирическую, теоретическую и контекстуальную аргументацию; сформировать у обучаемых понимание форм и законов логического мышления, вооружить их методологией формально-логического решения наиболее типичных профессиональных проблем в рамках аргументационного процесса; научить будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью осознанно пользоваться исходными принципами логически правильного мышления, привить им устойчивые навыки формирования стройной и убедительной мысли, обеспечить надежный самоконтроль в ходе рассуждения.

Задачи: развить навыки аналитического мышления, включающего способность анализировать с точки зрения логической правильности собственные рассуждения и рассуждения оппонента; сформировать у студентов научные логические основы полемических навыков, усиливающие их мировоззренческую позицию и направленные на эффективное решение задач, выдвигаемых профессиональной теорией и практикой; обучить будущих специалистов умению предвидеть события и лучшим способом осуществлять свою деятельность в нестандартных ситуациях, видеть «логику вещей», вести диалог – реальный процесс, в рамках которого происходят споры, дискуссии, диспуты и полемике.

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

Краткое содержание: Культура мышления и искусство аргументации. Понятие как основа культуры мышления и аргументированного рассуждения. Искусство построения и использования суждений в аргументационном процессе. Культура аргументации в логике вопросов и ответов. Формально-логические законы в культуре мышления и аргументации. Искусство доказательства. Эмпирическая аргументация в культуре мышления. Культура теоретической аргументации. Контекстуальная аргументация в логической культуре личности.

Б1.Б.12 ЭСТЕТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Цель: формирование готовности студента, в опоре на теоретическое и практическое владение основными категориями искусства, психологии искусства и эстетики, грамотно выявлять, характеризовать, представлять и оценивать психологическое, художественное и

эстетическое воздействие и содержание медиатекстов на культуру личности, группы и общества.

Задачи: ознакомление студентов со спецификой целевой, художественной и эстетической образности медиатекстов; развитие творческой готовности и умений выпускника выделять, анализировать и оценивать художественную составляющую медиаконтента и его отдельных элементов; закрепление навыков студентов по выявлению, изучению и обоснованной оценке эстетического содержания медиатекстов как произведений массового искусства.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-5; ОПК-3.

Краткое содержание: Медиакультура, медиаискусство и медиаэстетика: истоки, ценности, этапы развития, структура и специфика. Психология созидания, восприятия и оценки медиаискусства и его артефактов. Основные современные концепции «неклассической» эстетики. Эстетика постмодернизма. Проблема соотношения эстетики авангарда и постмодернизма. Эстетическое содержание и эстетическая типология медиатекста. Эстетические идеалы и ценности медиатекста. Критерии оценки эстетического содержания артефактов медиаккультуры. Сравнительный анализ и оценка критических медиатекстов. Медиаккультура и медиаэстетика. Виртуальная реальность и художественный образ. Эстетика рекламы и массмедиа.

Б1.Б.13 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ

Цель: получение знаний, умений и закрепление навыков по организации и проведению коммуникационных кампаний как социальной технологии, помогающей налаживанию взаимоотношений между бизнесом, организациями и обществом.

Задачи: изучить основные методы взаимодействия с целевой аудиторией; владеть необходимым объемом базовых положений и законов социальных, гуманитарных и экономических наук для использования при решении профессиональных задач; уметь использовать запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности при разработке и проведении коммуникационных кампаний.

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

Краткое содержание: Общая концепция коммуникационной кампании, определение ее ключевых проблем. Коммуникативная кампания: понятие, виды, сущность и классификация. Специфика рекламных и PR-кампаний в области бизнеса и политконсалтинга, в области культуры и СМИ, других сферах. Разработка и практическая реализация коммуникационных кампаний. Технологический цикл разработки и реализации коммуникационных кампаний. Правила и принципы разработки стратегии и тактики коммуникативных кампаний. Как работать со СМИ при реализации коммуникационной кампании, проекта, мероприятия. Практическая реализация рекламных и PR-кампаний. Оценка эффективности коммуникационных кампаний.

Б1.Б.14 СОЦИОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цель: изучение студентами реального функционирования института СМК в современном социуме, социологических методов исследования коммуникационной деятельности, 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, включающей 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: Социология массовых коммуникаций в системе социологии. Теоретическая основа социологии массовых коммуникаций. Методология и методика социологических исследований. Социологическое исследование коммуникатора. Социологическое исследование аудитории. Социологическое исследование медиатекста.

Б1.Б.15 ПСИХОЛОГИЯ МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Цель: сформировать у студентов понимание специфики и психологических особенностей функционирования системы 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 рекламы и связей с общественностью; изучение психологических закономерностей творческих процессов, овладение приемами активизации творческих способностей в деятельности специалиста рекламы и связей с общественностью.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3; ОПК-7.

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.16 МАРКЕТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: формирование теоретических знаний и профессиональных компетенций в области организации эффективной маркетинговой коммуникационной деятельности через активное использование основных форм и методов PR и рекламы.

Задачи: определение роли и места рекламы и связей с общественностью в маркетинге для достижения намеченных результатов субъектов рынка; изучение влияния маркетинговых коммуникаций на формирование спроса и стимулирование сбыта товара; определение и обоснование инструментов рекламы и связей с общественностью в том числе и для повышения качества обслуживания потребителей; использование элементов антикризисного управления в организации работы субъекта рынка; выработка стратегических решений по

использованию PR и рекламных кампаний в целях успешного позиционирования субъекта рынка, построения имиджа и социально-деловой активности; определение методов оценки экономической и коммуникативной (социально-психологической) эффективности инструментов рекламы и связей с общественностью.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4; ПК-3.

Краткое содержание: Организационно-правовые основы PR и рекламы в системе маркетинга. Организационные формы управления рекламой и PR. Особенности аутсорсинга услуг в сфере рекламы и связей с общественностью. Внутрикорпоративные связи с общественностью. Антикризисное управление маркетингом в организации.

Б1.Б.17 МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: сформировать у студентов комплекс знаний в области управления профессиональной деятельностью по рекламе и связям с общественностью, а также соответствующими организационными формами, от самостоятельного предприятия до департамента или отдела в структуре организации.

Задачи: формирование у бакалавров теоретических знаний и практических навыков в сфере профессионального менеджмента; подготовка бакалавров к эффективному использованию современных технологий менеджмента для решения управленческих задач в будущей профессиональной деятельности; привить студентам практические навыки формирования системы внутренних коммуникаций; мотивации персонала; благоприятного психологического климата в коллективе, планирования деятельности и контроля, проведения иллюстративного анализа в менеджменте услуг.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3; ОПК-5; ПК-1.

Краткое содержание: Сущность и задачи рекламного менеджмента. Реклама как объект управления. Менеджмент рекламной службы организации. Медиапланирование и тактика работы со средствами массовой информации. Подготовка и проведение рекламной кампании. Эффективность рекламной кампании и мониторинг рекламы. Составление плана-графика и бюджета рекламной кампании.

Б1.Б.18 МЕДИАЭКОНОМИКА

Цель: формирование у студентов общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента.

Задачи: формирование знаний о сути экономических процессов и экономических отношений, представлений об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; формирование умения ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; овладение терминологическим аппаратом для описания финансовой деятельности СМИ и менеджмента медиапредприятий, применять полученные знания в своей работе.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-9; ОПК-5.

Краткое содержание: Формирование медиаиндустрии. Экономические процессы создания нового СМИ. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях. Финансовая политика медиапредприятия. Структура рынка СМИ. Экономические особенности печатных СМИ. Экономика телевидения. Экономика радио- и кабельной индустрии. Экономика онлайн-СМИ.

Б1.Б.19 ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Цель: изучить теоретические основы интегрированных коммуникаций и сформировать компетенции, необходимые для практической деятельности с использованием всего многообразия коммуникативных инструментов и тактик.

Задачи: сформировать представления о феномене коммуникаций в обществе в целом и профессиональной деятельности в частности; раскрыть сущность и специфику коммуникации как основы деятельности в рекламе и связях с общественностью; охарактеризовать особенности коммуникационной деятельности в рекламе и связях с общественностью во всем сходстве и различии их характеристик; проанализировать современные тенденции развития коммуникационных процессов, и прежде всего – их стремление к интегрированности, а затем и выход на уровень стратегии.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-2; ОПК-5; ПК-3.

Краткое содержание: Условия и принципы развития интегрированных коммуникаций. Интегрированные маркетинговые коммуникации, интегрированные коммуникации: контексты использования понятия. Концепции маркетинга и становление интегрированных коммуникаций. Управление коммуникациями организации. Подходы к систематизации интегрированных коммуникаций. Стейкхолдеры коммуникаций. Компоненты интегрированных коммуникаций. Традиционные компоненты интегрированных коммуникаций. Современные онлайн и офлайн-инструменты интегрированных коммуникаций. Управление интегрированными коммуникациями. Принципы, методы стратегии коммуникации. Этапы и результаты интегрированных коммуникаций.

Б1.Б.20 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Цель: начальное ознакомление с теорией массовой коммуникации, основными этапами истории развития зарубежных и отечественных теорий в области коммуникативистики, современные реалии массовых коммуникационных процессов, в том числе в контексте новых технологических возможностей, а также факторы, влияющие на характер эффективности массовой коммуникации.

Задачи: способствовать осмыслению основных подходов российских и зарубежных научных школ коммуникативистики; формировать умение использовать концептуальный аппарат при анализе продукции массовой коммуникации; научиться самостоятельно проводить анализ коммуникативных и информационных процессов (феноменов) в современном обществе.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4; ОПК-7.

Краткое содержание: Теория коммуникаций: основные дефиниции. Массовая коммуникация: основные дефиниции. Эффекты воздействия массмедиа. Основы системно-структурных представлений о массовой коммуникации. Основы теории СМК в рамках технологического детерминизма. Основы теории СМК в рамках символического интеракционизма. Основы семиотики коммуникаций. Основные подходы теории массовой коммуникации в освещении социальных проблем в массмедиа. Постмодернистское «прочтение» медиа.

Б1.Б.21 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА

Цель: формирование знаний о теории и практике массовой информации, системных представлений об истории отечественных и зарубежных средств массовой информации, закономерностях развития периодической печати, журналистики и издательского дела в России и за рубежом, знаний о системе СМИ, ее функционировании, роли и месте массовой информации в системе современной коммуникации, и, прежде всего, в практике рекламы и связях 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, создания информационных, информационно-аналитических,

аналитических и художественно-публицистических произведений журналистики и реализации их в повседневной деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

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

Краткое содержание: 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. Телевизионная публицистика. 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.

Б1.Б.22 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА РЕКЛАМЫ

Цель: сформировать общее взаимосвязанное представление об эффективном процессе построения отдела рекламы, профессиональной деятельности в данном отделе организаций государственной, коммерческой и социокультурной сфер жизнедеятельности общества.

Задачи: рассмотреть основы функционирования современной корпорации как системы, выявить место в данной системе рекламного отдела; изучение организационных основ деятельности отдела рекламы и связей с общественностью; изучение специфики планирования работы отдела и составления бюджета в современных организациях.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3; ОПК-5; ПК-1.

Краткое содержание: Функционирование отдела рекламы в корпоративной системе. Организационная структура, задачи и функции отдела рекламы. Роль и место отдела рекламы в разработке корпоративной стратегии. Роль отдела рекламы в формировании внутрикорпоративных коммуникаций. Планирование и программирование работы отдела рекламы. Мониторинг состояния внешней и внутренней среды. Пресс-клиппинг. Взаимодействие отдела рекламы со СМИ и другими категориями общественности. Законодательная и этическая регламентация трудовой деятельности отдела рекламы. Кадровая работа в отделе рекламы. Квалификационные характеристики и должностные обязанности сотрудников отдела рекламы. Регулирование деятельности специалистов отделов рекламы: правовые и этические аспекты. Документооборот отдела рекламы. Классификация рабочих документов. Оценка эффективности работы отдела рекламы.

Б1.Б.23 МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ

Цель: 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: ОПК-7; ПК-1.

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 рекламносителей. 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.24 СОЗДАНИЕ РЕКЛАМНОГО РОЛИКА

Цель: формирование у бакалавров видео- и аудиальной культуры создания рекламных медиапродуктов.

Задачи: практическое освоение креативных и художественно-производственных процессов видеосъемки и видеомонтажа; изучение возможностей обработки видеоматериала цифровыми программными средствами; освоение принципов создания спецэффектов; определение видеоконтента как инструмента маркетинговых коммуникаций, выявление особенностей размещения видеоконтента на визуальных платформах социальных сетей.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-6; ПК-4.

Краткое содержание: Виды современного видеоконтента. Основы продюсерской деятельности. Методы создания творческого замысла видеоролика. Этапы подготовки и организации видеосъемки. Практика проведения видеосъемки. Монтаж и обработка отснятого материала. Размещение видеоконтента в социальных сетях.

Б1.Б.25 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ

Цель: формирование у обучающихся базовых представлений о теории и практике рекламы, рекламной деятельности и рекламной коммуникации.

Задачи: знакомство с научно-методической базой дисциплины и принципами её формирования; уточнение объема и границ базовых терминов и понятий, а также профессиональных номинаций явлений рекламной практики; выявление дискуссионных, противоречивых подходов к изучению разных аспектов рекламной деятельности; анализ и атрибуция сложных или противоречивых коммуникативных явлений рекламной практики; формирование практических навыков.

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

Краткое содержание: Возникновение, становление и генезис брендинга. Основные понятия брендинга. Современная среда брендинга: правовая, экономическая и социально-культурная. Управление брендингом. Стратегии управления портфелем брендов. Стратегический анализ бренда. Выбор аспектов идентичности бренда. Позиционирование бренда. Архитектура брендов и марочный портфель. Структурный анализ марочного портфеля и архитектура брендов. Управление марочным портфелем. Оптимизация портфеля брендов. Стратегия линейного расширения бренда: горизонтальное и вертикальное растягивание бренда. Стратегия расширения границ бренда: категориальное расширение и совместный брендинг. Мультимарочная стратегия бренда. Анализ эффекта марочного «каннибализма». Стратегия диверсификации брендов. Модели силы бренда. Диагностические мероприятия силы брендов. Разработка программы рекламных коммуникаций для продвижения бренда.

Реклама как вид деятельности. Реклама как вид коммуникации. Этико-правовое регулирование в рекламе. Структура и инфраструктура рекламного рынка. Разработка

рекламного продукта.

Технологические основы разработки рекламного продукта. Креативная концепция. Рекламный текст как коммуникативная единица. Рекламные коммуникации. Реклама в системе маркетинговых коммуникаций. Роль рекламы в обществе.

Б1.Б.26 ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Цель: освоение сведений, необходимых обучающемуся для адаптации в учебном процессе и университетской жизни, знаний о профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью, ее истории, специфике, роли в обществе, об условиях труда, формирование представлений о модели личности рекламиста и пиармена как совокупности профессионально-творческих, личностно-психологических, нравственных и гражданских качеств, ознакомление с формами учебной работы, культурой научного познания, системой терминов, используемых для обозначения ключевых понятий в рекламе, связях с общественностью и массовой коммуникации.

Задачи: сформировать у обучающихся понимание специфики профессии специалиста в области рекламы и связей с общественностью как коммуникационной специальности; сформировать у обучающихся основы знания понятийного аппарата теории рекламы и связей с общественностью; дать обучающимся представление о специфике, сходствах и различиях рекламы, связей с общественностью и журналистики как смежных коммуникативных форм; сформировать у обучающихся представление о структуре рынка рекламы и PR в стране и в регионе; дать студентам представление о специфике источников информации в области рекламы и связей с общественностью; сформировать у обучающихся основы культуры работы с офлайн и онлайн библиографическими источниками в области рекламы и связей с общественностью; дать представление об основах культуры научного труда, о типах научных текстов, их структуре и основных принципах написания.

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

Краткое содержание: Первичный понятийный аппарат науки о рекламе и связях с общественностью. Современное понимание PR. PR и смежные коммуникативные форматы: журналистика и реклама. Организация работы с научной информацией специалиста по рекламе и связям с общественностью. Принципы написания научных текстов. Работа с источниками информации и оформление библиографического списка. Понятие рекламы. Маркетинговые и социальные функции рекламы. Общая характеристика рекламного рынка современной России. Понятие рекламной аудитории, принципы и подходы ее сегментирования и таргетирования. Виды и основные каналы рекламных и маркетинговых коммуникаций. Концепция интегрированных маркетинговых и бренд-коммуникаций. Концепция позиционирования в рекламе. Цели и значение позиционирования. Критерии позиционирования. Структура системы позиционирования в рекламной деятельности. Теория позиционирования Дж. Траута и Э. Раиса, Л. Ческина, Ж.-Ж. Ламбена. Реклама как инструмент создания имиджа. Теория имиджа Д. Огилви. Технологии конструирования имиджа в рекламе. Массовое общество, массовые коммуникации: основные теоретические подходы. Рынок СМИ и рынок PR региона. Формирование собственного профессионального имиджа.

Б1.Б.27 ОСНОВЫ ТЕОРИИ ЖУРНАЛИСТИКИ

Цель: сформировать у будущих медиаспециалистов понимание общих закономерностей и принципов функционирования системы средств массовой информации как фундаментальным, базовым знанием, определяющим последующее освоение данной профессии.

Задачи: сформировать понимание роли СМИ в демократическом обществе как важнейшего социального института, спектра их функций, особенностей массовой информации и массово-информационной деятельности в контексте потребностей общества и интересов аудитории; дать ориентацию в современных концептуальных подходах к

изучению теории журналистики; подготовить бакалавров к компетентному использованию теоретических основ в отечественной медиапрактике.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-4; ОПК-7.

Краткое содержание: Журналистика как сфера массово-информационной деятельности. Функции журналистики. Журналистика и массовое сознание. Свобода печати и журналистской деятельности. Журналистская деонтология. Социальная позиция журналиста. Принципы журналистской деятельности. Экономика средств массовой информации. Журналистика в системе социальных институтов. Журналистика в информационном пространстве. Действенность и эффективность журналистики.

Б1.Б.28 СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ (РОДНОЙ) ЯЗЫК

Цель: теоретическое освещение системы и законов функционирования русского языка как языка русского народа и средства межнационального общения в его современном состоянии.

Задачи: формирование знаний о фонетических, лексических, грамматических, семантических, стилистических нормах современного русского языка в целом и применительно к практике современных СМИ; формирование умений следовать полученным знаниям в жизненной практике и профессиональной деятельности; готовить материалы в разных жанрах для размещения на различных медийных платформах, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства; овладение грамотной устной и письменной речью, ее нормами и средствами выразительности в межличностном общении и профессиональной коммуникации.

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

Краткое содержание: Слово как единица лексико-семантического уровня языка. Омонимия, синонимия и антонимия в современном русском языке. Лексика современного русского языка в социально-функциональном аспекте. Фонетические законы современного русского языка и их реализация. Структурно-семантический и морфонологический аспекты морфемики. Словообразование лексических единиц в современном русском языке. Морфологические и неморфологические способы словообразования лексических единиц в современном русском языке. Исторические изменения в морфемной и словообразовательной структурах слова. Грамматическое учение о слове. Проблема частей речи. Имя существительное как знаменательная часть речи. Имя прилагательное. Лексико-грамматические разряды прилагательных. Числительное в системе знаменательных частей речи. Местоимения как ядро синсемантических слов в русском языке. Наречие как средство обозначения вторичного признака. Категория состояния как особая часть речи. Глагол как знаменательная часть речи. Причастие и деепричастие как особые формы глагола. Служебные части речи в современном русском языке. Словосочетание как синтаксическая единица. Структурные и семантические особенности словосочетания. Синтаксис простого предложения. Структурно-семантические типы простого предложения. Распространяющие присловные члены предложения. Синтаксическая форма слова (синтаксема) как минимальная единица синтаксиса. Классификация синтаксем. Осложненное простое предложение. Структурные и семантические признаки второстепенных членов предложения. Сложное предложение в системе синтаксических единиц. Сложносочиненное предложение как структурно-семантическое единство. Семантическая типология ССП. Градационные, пояснительные и присоединительные ССП в современном русском языке. Структурные и семантические особенности сложноподчиненного предложения. Классификация видов придаточных предложений СПП. Синкретические придаточные. Бессоюзное предложение: структура и семантика. Сложное синтаксическое целое как единица описания текста. Многочленные сложные предложения в тексте.

Б1.Б.29 КОНФЛИКТОЛОГИЯ МАССМЕДИА

Цель: знакомство студентов с понятием конфликта, его структурой, динамикой и

способами выхода из конфликтных ситуаций, а также особенностями решения конфликтов в профессиональной деятельности медиаспециалиста.

Задачи: изучение основных теорий конфликтологии, применяемых в профессиональной деятельности медиаспециалиста; умение разрабатывать стратегии поведения в конфликтных ситуациях; приобретение навыков регулирования и решения конфликтов в профессиональной деятельности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3; ОПК-7.

Краткое содержание: Основные подходы к исследованию конфликтов. Причины конфликта. Динамика конфликта. Конфликты в диаде «руководитель – подчиненный». Конфликты между социальными группами. Управление конфликтом. Технологии предупреждения конфликта. Критерии, формы, факторы завершения конфликтов. Переговоры как способ завершения конфликтов.

Б1.Б.30 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: освоение базового комплекса знаний и навыков, необходимых для выполнения профессиональных функций специалиста по связям с общественностью в бизнес-структурах и подразделениях по коммуникациям и связям с общественностью в государственных структурах.

Задачи: анализ связей с общественностью как социального института и вида деятельности; освоение понятийного аппарата теории связей с общественностью в бизнесе и политике; освоение основных принципов работы с информацией в подразделениях по связям с общественностью, базовых основ ньюсмейкинга в PR; ознакомление с сущностными и структурными характеристиками групп общественности, принципами их выделения для конкретных политических и бизнес-субъектов; овладение основными технологиями связей с общественностью – медиарилейшнз и событийного менеджмента; овладение принципами и подходами имиджмейкинга и репутационного менеджмента в бизнесе и политике.

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

Краткое содержание: Объект и предмет теории связей с общественностью. Теория связей с общественностью и смежные дисциплины. Сфера и институт связей с общественностью. PR как социальный институт. Типология связей с общественностью. Понятие общественности. Группы общественности, классификация групп общественности в PR. Информационные основы PR-деятельности. Современные PR-практики: информационный и устроительный PR. Результаты и эффекты PR-деятельности. Имидж, репутация. PR-тексты в системе публичных коммуникаций. Оперативно-новостные жанры PR-текстов.

PR-текст. Новые формы и жанры PR-текста в онлайн- и офлайн-среде. Исследовательские жанры PR-текста. Образно-новостные жанры PR-текста. PR-медиатексты: имиджевая статья, имиджевое интервью, кейс-стори. Смежные тексты в PR-коммуникациях: резюме, слоган, пресс-бук. Комбинированные PR-тексты. Конвергентные тексты в связях с общественностью. Базовые характеристики бизнес-PR. Группы общественности в бизнес-PR и работа с ними. Внутренний PR. Оценка эффективности в PR.

Базовые характеристики PR в политике и государственном управлении. Группы общественности в политическом и государственном PR. СМИ как субъект политического процесса и инструмент политических коммуникаций. Технология формирования месседжа в политическом и государственном PR. Имидж как составляющая политической коммуникации. Политическая PR-кампания. Политическое лоббирование. Организация работы PR-служб органов власти. Политический консалтинг в системе общественных связей и информационно-коммуникационных процессов. Связи с общественностью в международной политике. Возможности и перспективы использования современных информационно-коммуникативных технологий в государственном управлении.

Б1.Б.31 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: формирование правового регулятивного компонента профессионального сознания будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Задачи: получение студентами знаний о нормативной базе рекламы и связей с общественностью (кодексах, стандартах, хартиях и т.д.); формирование устойчивой системы знаний общих и специальных требований к рекламе, установленных федеральным законом РФ «О рекламе»; приобретение студентами умений по этически и юридически корректному разрешению конкретных ситуаций; развитие мотивации к этичному поведению в профессиональной сфере; развитие навыков практического применения законодательства о рекламе и предупреждения правонарушений в сфере рекламы.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-5; ОПК-7.

Краткое содержание: Система нормативных актов, регулирующих коммуникационную деятельность. Сфера действия Закона «О рекламе». Требования к способам распространения рекламы. Нарушения требований к рекламе. Правовые основы отношений со СМИ. Защита репутации юридическими средствами. Авторское право в рекламе и PR. Средства индивидуализации в маркетинговых коммуникациях. Правовое регулирование политического PR.

Б1.Б.32 ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: формирование у обучающихся системных знаний о процессе становления и развития рекламы как особой формы коммуникации, о закономерностях этого процесса, его связанности с историческим развитием стран, с конкретными политическими событиями; о национальных особенностях российской рекламы, традициях; освоение сведений, необходимых для понимания сущности процессов зарождения и становления профессиональных практик в области связей с общественностью; определения закономерностей и перспектив развития теории и практики публичных рилейшнз, изучения национальной и региональной специфики моделей связей с общественностью.

Задачи: научить распознавать виды и формы рекламы в ретроспективе исторического развития ведущих стран мира и России; дать представление о поступательном развитии всех видов рекламы с древнейших времен и до современности включительно; выработать у обучающихся навыки практического анализа рекламной продукции прошлого: газетных и журнальных объявлений, рекламных статей, афиш, плакатов и пр.; дать студентам базовые знания об основных подходах к описанию истории развития публичных рилейшнз и сложившемся научно-понятийном аппарате дисциплины; сформировать у студентов основы представлений о ключевых исторических периодах развития публичных коммуникаций и публичного дискурса как базиса зарождения и становления профессиональных практик PR; сформировать у обучающихся базовые знания о появлении института связей с общественностью и основных вехах развития и утверждения профессии, а также трансформации профессиональных практик в области публичных рилейшнз; дать студентам представление о существующих моделях связей с общественностью в контексте национальных и региональных различий; сформировать у обучающихся основы представлений о появлении и институционализации российских связей с общественностью в контексте функционирования государственных и общественных институций и формирования общероссийской гражданской идентичности.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3; ОПК-5.

Краткое содержание: Реклама как форма коммуникации (введение в круг понятий). «Протореклама» в античности и европейском средневековье. Развитие европейской рекламы в XIX–начале XX вв. в условиях формирования индустриальной рыночной цивилизации. Развитие рекламы в СМИ России в XVIII–XX вв. Эволюция и совершенствование рекламной деятельности в США в XVIII–XX вв. Развитие рекламного мастерства в XX в.,

формирование основных рекламных школ. Рекламные объявления в российских и зарубежных печатных СМИ XIX–XXI вв.: примеры анализа. Рекламные объявления в российских и зарубежных аудиовизуальных СМИ XIX–XXI вв.: примеры анализа.

Основные подходы к пониманию и изучению истории связей с общественностью. Развитие форм публичной коммуникации: античные и средневековые практики. Развитие представлений о публичной коммуникации в системе взглядов мыслителей Нового времени. Концепция общественности и публичной сферы в эпоху Просвещения. Коммуникативные практики колонистов в период американской борьбы за независимость. Развитие связей с общественностью в XVIII–XIX веках. PR в XX веке: институционализация профессии. Понятие пропаганды: сущность, особенности, отличия от PR. Развитие PR в Европе. Зарождение и институционализация связей с общественностью в России.

Б1.Б.33 ИСТОРИЯ ЗАРУБЕЖНОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Цель: формирование у студентов представления об исторических закономерностях и тенденциях развития зарубежной журналистики, а также представление о специфике различных национальных медиасистем.

Задачи: исторический анализ становления журналистики в античности, средние века и в Новое время на фоне и в соотношении с основными этапами развития общества и государства; демонстрация своеобразия каждого из исторических этапов журналистики, а также отдельных журналистских явлений; анализ различных способов распространения информации и функций журналистики в истории человечества; выявление связи журналистики с научными, религиозными и философскими идеями и определение ее места в пространстве мировой культуры.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: ОПК-3; ОПК-5.

Краткое содержание: Дожурналистские явления в публицистике Средневековья и Ренессанса (V–XVI вв.). Еженедельные периодические печатные издания Европы XVII в. Журналистика Англии XVIII века. Журналистика Франции эпохи Просвещения. Журналистика Великой французской революции 1789–1794 гг. Журналистика Америки в XVIII веке. Английская журналистика XIX века. Французская журналистика XIX века. Журналистика США в XIX веке. Зарождение и развитие радиовещания как средства массовой коммуникации. Средства массовой информации в годы Второй мировой войны. Особенности развития СМИ зарубежных стран после Второй мировой войны. Становление телевидения как средства массовой информации. Журналистика стран Азии, Африки и Латинской Америки в XX веке.

Б1.Б.34 ОСНОВЫ НАУЧНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В МЕДИАКОММУНИКАЦИЯХ

Цель: получение студентами необходимых знаний и практических навыков по методике исследовательской работы в области медиакоммуникаций, развитие у них мотивации включения в научно-исследовательскую работу; формирование у студентов профессиональных компетенций, необходимых для научной работы в области исследований массмедиа и коммуникационных продуктов, культуры научного мышления, способности к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей её достижения.

Задачи: овладение навыками по определению цели и структурированию задач научного исследования, по формулированию гипотез исследования; приобретение практических навыков по выбору и использованию методов исследования, сбору и обработке эмпирической информации для научного исследования; отработка навыков представления полученных результатов.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-1; ОПК-5.

Краткое содержание: Основы учебного исследования. Роль научного знания в сфере функционирования и развития медиакоммуникаций. Становление и развитие

коммуникативистики как науки. Процесс исследования. Программирование. Структура исследования. Понятие «исследование» и выбор места в исследовательском мире. Типы исследований и открытий. Определение цели и задач исследования. Формулирование гипотез исследования. Методика исследования массовых коммуникаций. Формирование научной парадигмы исследователя. Источники и методы получения научных фактов. Стили и жанры научного текста. Правила оформления. Работа с библиографией. Оформление библиографического аппарата. Интерпретация научных данных. Представление полученных результатов.

Б1.Б.35 ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ ОТДЕЛА ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: обучение основным знаниям и навыкам профессиональной работы в отделах по связям с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах.

Задачи: сформировать у обучающихся устойчивое представление о характере и специфике работы отдела связей с общественностью, о функциональных обязанностях специалистов отдела связей с общественностью, о направлениях деятельности отдела связей с общественностью; способствовать формированию у обучающихся умений и закреплению навыков работы в отделе связей с общественностью; продолжить формировать профессиональную культуру специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-3; ОПК-5; ПК-1.

Краткое содержание: Структурно-функциональный подход и схемы организации PR-подразделения. Исследовательский и творческий сегменты работы отдела связей с общественностью. Организация работы PR-подразделения со СМИ. Оценка эффективности деятельности PR-отдела.

Б1.В.00 Часть, формируемая участниками образовательных отношений

Б1.В.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ПОЛИТИКЕ

Цель: 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: ПК-1; ПК-4.

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.02 БРЕНДИНГ

Цель: формирование и развитие знаний и навыков в области брендинга, т.е. выработка у студентов профессионального видения по созданию и управлению брендами.

Задачи: получение системного представления о сущности и составляющих бренда; получение знаний о технологиях создания и управления брендами; формирование умений и навыков создания и управления брендами; продолжение развития профессиональной культуры будущего специалиста в области рекламы и связей с общественностью.

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

Краткое содержание: Бренд как важнейший компонент рекламы. Архитектура бренда и его создание. Оценка активов бренда. Стоимость бренда. Эволюция бренда. Ребрендинг. Специальные вопросы брендинга.

Б1.В.03 РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель: обучение основным знаниям и навыкам профессионального менеджмента в сфере создания репутации в коммерческой и некоммерческой сферах.

Задачи: получение представления о понятии, концептуальных основах и сферах применения репутационного менеджмента; изучить особенности построения, управления и защиты репутации в сети Интернет; развить умение пользоваться методами анализа и исследования в репутационном менеджменте; научить самостоятельно выбирать эффективную стратегию управления персональной и корпоративной репутацией.

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

Краткое содержание: Основные параметры деловой репутации. Понятие деловой репутации. Параметры деловой репутации. Создание информационной основы репутации. Репутация в условиях цифровой среды. Технологии управления репутацией. Технологии управления деловой репутацией компании. Технологии управления деловой репутацией руководителя. Антикризисные коммуникации как инструмент защиты репутации. Управление карьерой.

Б1.В.04 КОПИРАЙТИНГ

Цель: знакомство студентов с основами создания презентационных медиатекстов, формирование навыков создания креативных концепций и написания различных типов текстовой продукции, а также представлений 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 медиаиндустрии; 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-2.

Краткое содержание: 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.

Б1.В.05 ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: освоение сведений, необходимых обучающемуся для использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по рекламе и связям с общественностью, формирование представлений об основных техниках и приёмах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед пиарменом и рекламистом, ознакомление с системой терминов, используемых для обозначения ключевых понятий в рекламе, связях с общественностью и массовой коммуникации в части, связанной с изучаемым предметом.

Задачи: дать представление о современных исследованиях в области применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью; дать представление об основах культуры «безбумажного офиса» и принципах работы с электронными документами в области рекламы и связей с общественностью; сформировать понимание профессии специалиста в области рекламы и связей с общественностью как специальности, опирающейся в своей деятельности преимущественно на современные компьютерные и телекоммуникационные технологии; сформировать у обучающихся основы знания понятийного аппарата телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью; дать представление о специфике, сходствах и различиях применения телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе, связях с общественностью и журналистике как смежных коммуникативных форм; сформировать у обучающихся знания о защите традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти в цифровой коммуникации; сформировать представление о практике сетевой рекламы, создания корпоративных сайтов, вирусных технологиях, краудсорсинге и других телекоммуникационных технологиях, используемых в рекламе и связях с общественностью.

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

Краткое содержание: Интернет как коммуникативное пространство. Этапы развития интернет-технологий. Виды интернет-сервисов. Аудитория Интернета. Современные тенденции развития социальных медиа. Устройство поисковых систем. Продвижение ресурса в сети Интернет. Корпоративный сайт и другие виды корпоративных сайтов. Электронный PR-текст. Медиарилейшнз в онлайн среде. Службы рассылок (mail list). Виды рекламы в интернете и технологии таргетинговой рекламы в социальных медиа. Блоги, блогосфера и виды блогов. Социальные сети как платформа для продвижения базисных субъектов PR. Вирусные технологии. Product placement в электронных играх.

Б1.В.06 ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ПИАР

Цель: сформировать у обучающихся представление о становлении и развитии экологического PR в бизнесе в современном мире, о роли экологической коммуникации в формировании и поддержании экономических и политических отношений в системе «общество – природа».

Задачи: сформировать у обучающихся представление о корпоративной экологической политике бизнеса как части КСО, как важном имиджевом ресурсе современных компаний, оказывающих влияние на окружающую природную среду; дать теоретические знания в области стейкхолдеров и инструментария в области экологического PR.

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

Краткое содержание: Отрасли, для которых актуален экологический PR: особенности, основные игроки, проблемы и перспективы развития. Подходы к рассмотрению триады «общество – экономика – природа». Концепция устойчивого развития. Корпоративная экологическая политика и её место в системе экологического менеджмента

на уровне компаний. Теория стейкхолдеров. Стейкхолдеры нефтегазовых компаний: экоориентированный уклон. Экологический PR: понятийный аппарат. Отечественные и зарубежные подходы к определению категории. Направления, инструментарий, целевые группы общественности. Создание специализированного PR-подразделения: организационная структура, иерархия, штат, функционал. Анализ стратегий, успешных кампаний. Экологический PR: аудиторная специфика. Подготовка сценариев работы с целевыми группами общественности для решения различных задач. Зеленые тренды. Хайп. Разбор кейсов. Медиарилейшнз. Рынок экоориентированных СМИ. Сценарное планирование PR-кампании по преодолению кризисной ситуации, связанной с экологическим риском. Коммуникационное сопровождение экологически ориентированного проекта.

Б1.В.07 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В КОММЕРЧЕСКОЙ СФЕРЕ

Цель: освоение комплекса знаний и навыков, необходимых для выполнения профессиональных функций специалиста по связям с общественностью в бизнес-структурах – подразделениях по коммуникациям и связям с общественностью в крупных и средних компаниях.

Задачи: ознакомление с основами деятельности по связям с общественностью; освоение основных характеристик современной системы маркетинговых коммуникаций, концепции и практических инструментов маркетингового PR, принципов выделения целевых групп общественности в бизнес-PR и технологий коммуникаций с коммерческими и некоммерческими стейкхолдерами в реальной и виртуальной коммуникационной среде.

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

Краткое содержание: Специфика рекламной и PR-деятельности в коммерческой сфере. Характеристика сегментов B2C, B2B, B2G. Особенности коммуникационной деятельности при продвижении товаров и услуг. Профессиональные функции менеджера по рекламе, специалиста по связям с общественностью в коммерческой компании. Маркетинговые стратегии коммерческой компании и планирование комплексных программ коммуникационной деятельности, использование системы интегрированных маркетинговых коммуникаций. Внутрикорпоративный PR. Формирование и структура рекламного и PR бюджетов. Организация и планирование рекламных и PR кампаний в коммерческой сфере. Медиапланирование. Обзор и анализ кейсов. Оценка эффективности коммуникационной деятельности. Рекламные и PR тренды в коммерческой сфере. Организация взаимодействия с партнерами, коммуникационными и рекламными агентствами. Ведение проектной документации. Фандрайзинг. Спонсорство.

Б1.В.08 КОРПОРАТИВНЫЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕСЕ И ПОЛИТИКЕ

Цель: получение знаний, умений и навыков, необходимых для работы главного редактора или сотрудника в корпоративных медиа с учетом актуальной ситуации по укреплению традиционных ценностных ориентиров, способствующих формированию коллектива на основе духовно-нравственных ценностей.

Задачи: знать типологию корпоративных медиа по различным критериям и издательским характеристикам; уметь создавать концепцию корпоративных медиа в бизнесе и политике, проводить анализ сильных и слабых сторон корпоративных медиа; владеть основными жанрами корпоративных изданий.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-9; ПК-1.

Краткое содержание: Корпоративная пресса как средство связей с общественностью. Типология корпоративных медиа. Этапы создания корпоративного медиа. Основные проблемы российских корпоративных медиа. Специфика работы редактора и журналиста в корпоративных медиа. Содержательная модель корпоративного медиа. Дизайн

корпоративного медиа. Методы продвижения корпоративного медиа.

Б1.В.09 ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

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

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

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-2; ПК-4.

Краткое содержание: Теоретические основы проектной деятельности в современном мире. 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 институциональных подсистем 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 PR-проекта. Структура PR-проекта. Жизненный цикл PR проекта. Предмет и объект PR-проектирования. Концепция PR-проекта. Анализ целевой аудитории проекта и разработка технологий реализации проекта. Разработка PR-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.В.10 РАЗРАБОТКА И ВЫПУСК РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА

Цель: овладение теоретическими и практическими навыками разработки, планирования и подготовки к выпуску рекламного продукта.

Задачи: овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса; понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском рекламных продуктов; знакомство со спецификой разработки, планирования и выпуска рекламного продукта; овладение практическими навыками разработки, планирования и выпуска рекламного продукта.

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

Краткое содержание: Особенности создания рекламного продукта. Типология рекламной продукции. Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора. Контент рекламной продукции. Графическое оформление и дизайн рекламной продукции. Изготовление рекламной продукции. Продвижение рекламной продукции. Распространение рекламной продукции.

Б1.В.11 КОНСАЛТИНГ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: формирование у студентов знаний, умений и навыков в сфере коммуникационного консалтинга.

Задачи: изучение практики современного консалтинга в России и в мире, выявление его основных черт и выработка навыков организации и планирования консультационной деятельности; осмысление значения и роли коммуникационного консалтинга в системе консультационных услуг, определение его места и функций в структуре современного научного знания и практической деятельности; проведение сравнительного анализа моделей коммуникационного консалтинга; рассмотрение этапов и характеристик консалтингового исследования, его организации и проведения; изучение методов и способов взаимоотношений с клиентскими организациями; приобретение навыков анализа конкретных коммуникационных ситуаций; освоение технологии и процедур решения коммуникационных задач в современных организациях.

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

Краткое содержание: Теоретические и концептуальные основы консультирования: сущность, цель, задачи, области применения и возможности. Место консалтинга в системе связей с общественностью. Модели и виды консалтинга в связях с общественностью. PR-консалтинг как бизнес. Коммуникационный аудит. Стратегия и тактика профессионального консультирования в связях с общественностью. Технология PR-консультирования. Процесс консультирования. Политический консалтинг и политические технологии. Разновидности политического консалтинга. Консультации по созданию имиджа публичного политика, политической структуры. Управленческое консультирование. PR-консультирование в различных областях управления. Технологии консультирования в связях с общественностью. Планирование и проведение целевых политических PR-акций. Организационное поведение в кризисных политических ситуациях. Взаимодействие с властями.

Б1.В.12 СПИЧРАЙТИНГ

Цель: формирование умений составлять публичные тексты для устного выступления в сфере политики, экономики, бизнеса.

Задачи: углубить знания учащихся о стилистической дифференциации и стилистической принадлежности создаваемых произведений (текстов оперативного характера), расширить представление студентов о жанрах спичрайтинга на базе свободного владения нормами и средствами выразительности русского языка, письменной и устной речью в процессе личностной и профессиональной коммуникации; выработать умение создавать соответствующие стандартам и деловым требованиям тексты письменного характера и речи выступлений, повысить уровень общефилологической и профессиональной подготовки студентов, способствуя углубленному пониманию речевых процессов и механизмов их реализации в различных сферах речевой деятельности, тем самым дать понимание на углубленном уровне сущности и специфики, функций, содержания, оптимальных моделей, технологии, профессиональных стандартов, психологических особенностей медийной деятельности в сфере спичрайтинга; обучить методологии и практике экспортирования созданных документов и речей, базирующееся на развитии их способностей к критическому, аналитическому мышлению, к инновационной деятельности, умению провести необходимое теоретическое и эмпирическое исследование, проанализировать его результаты, сделать значимые выводы теоретического и профессионально-практического характера.

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

Краткое содержание: Предмет, структура и методология курса. Спичрайтерский текст как продукт спичрайтерской деятельности. Спичрайтерская практика в России. Спичрайтинг как раздел современной деловой риторики. Жанровая модель как база создания спичрайтерского текста. Жанры обращений, телеобращение, радиообращение, прямая линия. Спичрайтинг как особый вид аналитической публицистики. Эволюция имиджа и технологии снижения имиджа. Главная речь кандидата. Информационная, убеждающая, специальная

речь.

Б1.В.13 РЕКЛАМА В ИНТЕРНЕТЕ

Цель: формирование способностей использовать технологии продвижения в интернете при разработке и осуществлении рекламных проектов.

Задачи: формирование у студентов базовых теоретических и практических знаний, необходимых для осуществления мер, связанных с рыночными отношениями в интернете; развитие интереса к области использования рыночных отношений в деятельности, связанной с коммуникациями в интернете; исследование рыночных процессов в интернет-медиа, стимулирование творческого подхода к работе в этой области; формирование знаний и умений пользования современным инструментария при работе с интернет-медиа, в частности, используемого для размещения контента.

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

Краткое содержание: Интернет-рынок. Реклама в интернете. Актуальное состояние интернет-рынка. Тексты, социальные медиа, видео и игры в интернете. Продажи, продвижение и финансирование интернет-проектов. Мобильный сегмент. Маркетинг, продажи, интернет-торговля.

Б1.В.14 СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В ИНТЕРНЕТЕ

Цель: сформировать компетенции обучающихся в области назначения, форм, методов, технологии PR в Интернете.

Задачи: дать представление о роли интернет-технологий в развитии социальных и бизнес-коммуникаций; обозначить основные методы анализа информационно-коммуникационных интересов и потребностей разных групп пользователей; изучить специфику, виды, инструменты, мероприятия, каналы, эффективность PR-коммуникаций в Сети; овладеть практическими навыками PR в процессе SMM.

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

Краткое содержание: Интернет как среда и пространство реализации PR-коммуникаций. Интернет-пространство социальных и бизнес-коммуникаций. Интернет-аудитория. Пользователи социальных сетей. Специфика PR-коммуникаций в Интернете. Сайт компании как инструмент PR. PR-мероприятия и эффективность PR-мероприятий. Медиарилейшнз в Интернете. PR-мероприятия в Интернете. Эффективность PR-коммуникации в сети.

Б1.В.15 ТЕХНОЛОГИИ МЕДИАТВОРЧЕСТВА

Цель: изучение основных правил функционирования массовой информационной деятельности; знакомство с основополагающими жанрами и видами медиаторчества.

Задачи: обучение навыкам работы с информационными источниками и технологиями создания медиапубликаций; выработка умения выделять главное событие и подвергать его соответствующей обработке; развитие понимания социальной значимости для ответственного выполнения своих профессиональных задач; совершенствовать содержание и форму медиапродуктов.

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

Краткое содержание: Творчество и технологии в создании медиапроектов. Понятие о творчестве. Творчество и креативность. Специфика творческой деятельности в массмедиа. Общий сбор и накопление информации. Ориентация автора в окружающей действительности. Всесторонняя социальная ориентация как обязательное условие медиаторчества. Социальный опыт автора и его роль в творческом процессе. Тема как элемент творческого процесса. Понятие темы. Тема как обозначение объекта и предмета. Разработка темы. Методы сбора информации. Методы сбора информации: общая характеристика. Формы подачи медиапроекта. Подача материала в массмедиа. Проблема

привлечения внимания к публикации. Структурирование медиатекстов: общие правила. Жанры и форматы медиапубликаций. Виды форматов. Общая характеристика медиажанров.

Б1.В.16 УПРАВЛЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННЫМ МНЕНИЕМ И СМИ

Цель: знакомство с общественным мнением как социальным явлением, механизмами его функционирования и обучение работе с ним; формирование у студентов соответствующих компетенций о процессе взаимодействия с общественным мнением в медийном пространстве.

Задачи: освоение категориального аппарата теории общественного мнения; усваивание алгоритма формирования общественного мнения; развитие когнитивных и технологических умений в сфере управления общественным мнением; планирование, осуществление и презентация результатов работы с общественным мнением по направлению «Реклама и связи с общественностью».

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

Краткое содержание: Управление информацией в современном медиапространстве. Общественное мнение как социальный институт. Сущность, содержание и функции общественного мнения. Этапы формирования общественного мнения. Исследования общественного мнения: природа и современные подходы. Методология исследования общественного мнения: программа и стратегический план. Процедуры и инструментарий проведения эмпирического исследования. Управление общественным мнением: механизмы, средства и методы.

Б1.В.17 ФОТОГРАФИЯ В РЕКЛАМЕ

Цель: сформировать компетенции обучающегося в области истории развития и современных особенностей применения фотографии в рекламной деятельности и в связях с общественностью.

Задачи: рассмотреть историю развития технических средств фотографии и ее применения в различных формах социальных коммуникаций; рассмотреть изменение роли фотографии в коммуникационной деятельности и массмедиа; раскрыть специфику формирования требуемых социальных смыслов средствами фотографии в различные исторические периоды; сформировать умение анализировать фотографический контент на предмет его соответствия поставленным задачам массовой коммуникации.

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

Краткое содержание: История развития фотографии (технологические и коммуникативные аспекты). Фотография как технология фиксации изображения. Развитие фото процессов и фотоаппаратуры. Фотография как вид искусства и как сфера профессиональной деятельности. Использование фотографии в массмедиа во второй половине XIX – начале XXI веков. Фотографический образ как инструмент социальной коммуникации. Основные жанры фотографии и специфика их использования в социальной коммуникации. Фотография и ее применение в рекламе товаров и услуг. Достоинства и недостатки фотографии как инструмента формирования общественного мнения. Специфика применения фотографии в условиях развития современных фототехнологий. Влияние новых технологий на коммуникационные возможности современной фотографии. Просьюмерские фототехнологии.

Б1.В.18 НЕЙМИНГ В МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Цель: освоить понятия нейминга и эффективного нейминга; овладеть принципами построения эффективного названия.

Задачи: познакомить студентов с основными понятиями теории нейминга; познакомить с основными составляющими эффективности коммерческого названия; дать информацию о месте нейминга в системе родственных понятий – коммерческая номинация, товарный знак, бренд, номен и др.; дать сведения об основных методах определения

эффективности коммерческого названия.

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

Краткое содержание: Понятие нейминга. Роль и место нейминга в системе массовой коммуникации. Виды нейминга. Коммерческий нейминг. Еwent-нейминг. Нейминг в спорте. Медианейминг. Нейминг в фармацевтике и др. Основные принципы нейминга различных видов. Принципы создания товарного знака. Экспертиза товарного знака. Практикум по медианеймингу. Практикум по экспертизе товарного знака.

Б1.В.19 РАЗРАБОТКА И ВЫПУСК ПИАР-ПРОДУКТА

Цель: овладение теоретическими и практическими навыками разработки, планирования и подготовки к выпуску пиар-продукта.

Задачи: овладение практическими представлениями, базовыми установками и основными понятиями курса; понимание процессов, связанных с проектированием, выпуском пиар-продуктов; знакомство со спецификой разработки, планирования и выпуска пиар-продукта; овладение практическими навыками разработки, планирования и выпуска пиар-продукта.

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

Краткое содержание: Особенности создания пиар-продукта. Типология пиар-продукции. Разработка брифа, составление бюджета, подписание договора. Контент пиар-продукта. Графическое оформление и дизайн пиар-продукции. Изготовление пиар-продукции. Продвижение пиар-продукции. Распространение пиар-продукции.

Б1.В.20 АНТИКРИЗИСНЫЙ PR

Цель: подготовить студентов к созданию и анализу антикризисных мероприятий в области связей с общественностью.

Задачи: овладение основными понятиями дисциплины; изучение существующих основных направлений PR-деятельности в период кризиса; овладение основами разработки PR-стратегии развития предприятия; планирование антикризисных PR-кампаний в зависимости от вида деятельности компании.

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

Краткое содержание: Сущность и основные категории антикризисного PR. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR. Принципы организации антикризисной PR-кампании. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении. Система антикризисного управления персоналом предприятия.

Б1.В.21 ИМИДЖЕОЛОГИЯ В МЕДИЙНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель: подготовка специалиста, владеющего основополагающими знаниями о технологии формирования корпоративного и профессионального имиджа; овладение профессиональной терминологией, знание принципов и правил имиджирования; приобретение студентами навыков имиджирования как любой разновидности медиа, так и своей персоны.

Задачи: сформировать у студентов представление об основах имиджологии как дисциплины, обуславливающей определенный стиль поведения на уровне профессионального общения, об основных проблемах, связанных с таким явлением, как имидж, в различных его аспектах, получающих практическую реализацию в современной социальной медиaprактике, а также о существующих или возможных научных подходах к

решению этих проблем; познакомить студентов с понятийным инструментарием имиджологии и ее основными теоретическими принципами; сформировать представление о современных концепциях имиджа; обучить студентов ключевым технологиям формирования корпоративного имиджа различных медиа и персонального имиджа медиаспециалиста, помочь им овладеть навыками построения данных имиджей; выработать у обучающихся представления об определенном типе поведения в каждой конкретной ситуации, научить их оперативно разрабатывать ситуативный имидж.

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

Краткое содержание: Объект и предмет имиджологии. Определение понятия «имидж». Имидж / образ: сходство и различия. Цели, задачи и функции имиджа. Социально-психологическая природа имиджа. Виды имиджей. Жесты. Роль имиджа в формировании общественного мнения. Понятия: символ, имидж, бренд. Управление репутацией. Инструментарий имиджологии. Методы формирования имиджа. Методы исследования имиджа. Индивидуальный имидж. Самопрезентация. Политический имидж. Корпоративный имидж. Процесс управления корпоративным имиджем. Политическая реклама, пропаганда и PR. Имидж как коммуникация.

Б1.В.22 РЕЙТИНГИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: приобретение студентами теоретических и практических знаний, умений и навыков в области формирования рейтингов для ориентации во всем многообразии оценивания результатов рекламы и связей с общественностью.

Задачи: сформировать систему знаний о методологии и методике научного исследования в рейтингах областей рекламы и связей с общественностью; изучение специфики методик информирования заинтересованного потребителя; обретение навыков, обеспечивающих потребительский интерес; способствовать развитию сознания, креативности и личностному росту студентов.

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

Краткое содержание: Современная система рейтинговых агентств в мире и России. Понятие, назначение, методы определения рейтинга. Представление о рейтингах: международные и национальные рейтинговые агентства. Способы расчета рейтингов. Методики измерений. Основа рейтингов и рэнкингов. Наиболее известные рейтинги в мировой практике. Медиастатистики, описывающие аудиторию различных медиасобытий. Внутренние рейтинги рекламных агентств и агентств по связям с общественностью. Особенности рейтингования различных типов рекламных агентств и агентств по связям с общественностью. Анализ рейтингов различных рейтинговых агентств и использование рейтингов для регулирования взаимоотношений между субъектами. Влияние рейтингового фактора на рекламные процессы и системы связей с общественностью. Рейтинг как инструмент рекламы и PR. Классификация объектов рейтингования. Особенности опросов для формирования рейтингов и их использование.

Б1.В.23 НЕОНОМИНАЦИИ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Цель: формирование знаний и умений в области исследования лексических новаций в рекламном дискурсе; теоретическое осмысление сущности и роли лексических новаций в современном медиапространстве.

Задачи: формирование знаний о закономерностях развития лексико-семантической системы языка; умений различать системные изменения и речевые ошибки, распространенные в современном рекламном дискурсе; использовать свои знания при анализе современных медийных и рекламных текстов, коммуникационных продуктов, грамотно выбирать тот или иной языковой вариант, адекватный условиям порождаемого текста; овладение навыками подготовки собственных текстов, отвечающих современным требованиям; квалифицированным отношением к тенденциям в современном русском языке, отраженным в практике рекламы и связей с общественностью.

Требования к результатам освоения: в результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции: УК-4; ПК-2.

Краткое содержание: Рекламное обращение, его основные особенности. Текстовые, выразительные и оформительские элементы рекламного обращения. Язык рекламных текстов. Причины и механизм появления лексических новаций. Словообразование как активный механизм неологизации. Основные семантические процессы в современной лексике. Иноязычная лексика в текстах рекламы и связи с общественностью. Тематическое многообразие лексических новаций в СМИ. Прагматический потенциал лексических новаций.

Б1.В.Д.00 Элективные дисциплины (модули)

Б1.В.Д.01.01 ОРГАНИЗАЦИЯ СПЕЦИАЛЬНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ

Цель: ознакомление студентов с основными методами, технологиями и инструментами планирования и организации рекламных и PR-мероприятий.

Задачи: изучить специфику планирования, организации и проведения специальных мероприятий; проанализировать особенности целевых аудиторий в рекламной и PR-коммуникации; развить навыки творческого мышления в области социального проектирования.

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

Краткое содержание: Понятие и основные форматы специальных мероприятий. Проектирование специальных мероприятий. Специфика мероприятий в ходе проведения рекламной кампании. Особенности ресурсного и бюджетного планирования рекламных кампаний. Оценка эффективности проекта рекламной кампании.

Б1.В.Д.01.02 ИСКУССТВО БИЗНЕС-ПРЕЗЕНТАЦИИ

Цель: обучить студентов основным принципам и методам бизнес-презентаций, дать навыки планирования, организации и проведения эффективных деловых презентаций в будущей профессиональной деятельности.

Задачи: изучение процесса планирования и проведения презентации; формирование навыков создания слайдов, использования шаблонов, оформления и демонстрации презентаций; формирование умений оформления информации в рамках заданной темы; соблюдение правил делового поведения во время организации и проведения презентации.

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

Краткое содержание: Сущность презентации. Роль презентации в современном обществе. Планирование презентации. Цель презентации. Виды презентации. Методики и технологии описания бизнес-проектов. Структура презентации. Подготовка вступления, основной части и заключения. Совершенствование основных видов речевой деятельности. Общение и коммуникация.

Б1.В.Д.02.01 КОММУНИКАЦИОННЫЙ АУДИТ

Цель: познакомить обучающихся с всесторонней, комплексной оценкой внешних и внутренних коммуникаций организации или проекта, инструментами, служащими для разработки и реализации стратегических планов.

Задачи: освоение специальной терминологии в пределах курса; изучение методологии внешнего аудита коммуникационных инструментов; изучение методологии аудита внутренних (внутрикорпоративных) коммуникаций; освоение методов и приемов единичных целевых аудитов коммуникационной деятельности, а также периодических мониторинговых мероприятий аудита.

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

Краткое содержание: Первичный понятийный аппарат коммуникационного аудита. Методы, инструменты, приемы информационно-аналитической работы, применяемые при коммуникационном аудите. Стартовое исследование проблемы. Основные информационные ресурсы и аналитические системы. Изучение примеров коммуникационного аудита.

Б1.В.Д.02.02 КОМЬЮНИТИ-МЕНЕДЖМЕНТ

Цель: формирование теоретических знаний, практических умений и навыков, необходимых для управления коммуникационными процессами в области формирования и развития сообществ в онлайн и офлайн-средах.

Задачи: получение обучающимися знаний о жизненном цикле сообществ и распределении основных ролей в нем, формировании лояльности членов сообществ, основных инструментов ее увеличения; приобретение ими умений по анализу стратегий управления сообществами, использования инструментов формирования и развития сообществ в сети Интернет, а также офлайн-средах.

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

Краткое содержание: Введение в комьюнити-менеджмент. Этапы жизненного цикла сообщества и распределение в нем ролей. Коммуникации с сообществом в онлайн и офлайн-средах: формирование лояльности. Медиация коммуникаций с сообществом, антикризисные коммуникации и разрешение конфликтов. Оценка эффективности работы с сообществом.

Б1.В.Д.03.01 СТОРИТЕЛЛИНГ В РЕКЛАМЕ И ПИАРЕ

Цель: сформировать компетенции обучающихся по созданию рекламных и PR-текстов с применением технологий сторителлинга, а также навыки организации графических и аудиовизуальных компонентов для создания мультимедийных медиапродуктов с учетом специфики восприятия целевой аудитории.

Задачи: дать определение понятию «сторителлинг», научить отличать традиционный рекламный и PR-текст от сторителлинга; сформировать базовые знания о структуре сюжета, герое, композиции, драматургии в нарративных проектах; развить у обучающихся навыки сбора, анализа, структурирования информации для подготовки и реализации проекта; сформировать базовые умения в классификации и публикации фото-, аудио- и видеоматериалов.

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

Краткое содержание: Сторителлинг в современных маркетинговых коммуникациях. Сторителлинг в рекламе и PR. Истории в блоге корпоративной компании. Сторителлинг в рекламных роликах. Истории в имиджевых проектах и брендинге. Сторителлинг для сайтов, Landing Page и интернет-магазинов. Сторителлинг в SMM. UGC контент и сторимейкинг. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива. История изучения нарратива. Основные компоненты нарратива: герой (герои), сюжет, контекст, конфликт, перемены, ключевые переживания. Драматические атрибуты героя. Создание истории. Текстовые и визуальные элементы в сторителлинге. Технологии создания.

Б1.В.Д.03.02 СОБЫТИЙНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель: дать обучающимся общетеоретические представления о событийном менеджменте, приемах организации различных специальных событий, а также сформировать базовые практические навыки, необходимые для проведения специальных событий.

Задачи: освоить терминологию индустрии событийного менеджмента; рассмотреть и проанализировать виды мероприятий событийного маркетинга; проанализировать механизмы интеграции маркетинговых коммуникаций; освоить навыки анализа культурологического аспекта, необходимого для проектирования ивента в определённом регионе; освоить навыки анализа социологического аспекта, необходимого для проектирования ивента с учётом предполагаемой целевой аудитории; освоить навыки

анализа мероприятий событийного маркетинга предприятий для выявления эффективности и ошибок; посетить мероприятия событийного маркетинга с целью анализа технологий интеграции маркетинговых коммуникаций.

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

Краткое содержание: Событийные коммуникации как часть социокультурной практики. Специальные события как элемент маркетинговых коммуникаций. Обзор индустрии событийного маркетинга. Событийный маркетинг и специальные события: цели, классификация и коммуникационные ресурсы. Менеджмент специальных событий. Этапы организации специальных событий. Сотрудничество с коммуникационным агентством: принципы выбора и варианты взаимодействия. Информационная поддержка событий. Феномен креатива и приемы создания креативных идей для специальных событий. Создание атмосферы специального события. Создание фирменного стиля специального события: визуализация идеи. Подготовка корпоративных подарков. Корпоративные праздники: особенности организации и креативные идеи. Стили проведения презентаций. Теоретические основания и практические аспекты выставочного менеджмента. Критерии и оценка эффективности и способы повышения эффективности специальных событий.

Б1.В.Д.04.01 НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА

Цель: ознакомление студентов с теоретическими и практическими методами рекламной деятельности клиенториентированных компаний в направлении наружной рекламы.

Задачи: изучение сферы наружной рекламы и особенностей работы в этой сфере профессиональной деятельности; изучение форм, методов, средств рекламы в наружных носителях и конструкциях и опыта мирового и отечественного рынка; использование полученных знаний для оценки результативности рекламных кампаний, выявления резервов повышения эффективности рекламной деятельности в целом и в наружной рекламе, в частности.

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

Краткое содержание: Понятие наружной рекламы. Нормативно-правовое регулирование наружной рекламы. Понятие и структура рынка наружной рекламы. Виды и формы наружной рекламы. Создание и размещение наружной рекламы. Внутренняя реклама. Понятие внутренней рекламы. Понятие и структура рынка внутренней рекламы. Виды и формы Indoor-рекламы. Создание и размещение Indoor-рекламы. Медиапланирование и оценка эффективности in-outdoor-рекламы.

Б1.В.Д.04.02 СОБЫТИЙНАЯ ИНДУСТРИЯ И ПИАР-ТЕХНОЛОГИИ

Цель: расширить знания студентов в области применения паблисити и других пиар-технологий в различных сферах событийной индустрии и выработать навыки их эффективного использования.

Задачи: сформировать представления о паблисити и современных пиар-технологиях; выявить основные закономерности использования данных пиар-технологий в событийной индустрии; изучить условия и принципы успешного их применения.

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

Краткое содержание: Паблисити как PR-технология. Медиарилейшнз как система построения отношений со СМИ. Феномен новостей. Информационный повод. Технологии взаимодействия с прессой. Пресс-релиз. Другие виды неконтролируемых организацией PR-материалов, предназначенных для СМИ. Пресс-конференция. Другие виды мероприятий для журналистов. Технологии взаимодействия с другими целевыми аудиториями. Контролируемые организацией PR-материалы для внешних аудиторий. Технологии подготовки публичных мероприятий. Технология подготовки речей (спичрайтинг). PR-

практики в различных сферах событийной индустрии.

Б1.В.Д.05.01 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Цель: формирование представления о специфике социальной рекламы в общей структуре рекламной деятельности, овладение знаниями, необходимыми для создания и продвижения социальной рекламы в условиях современной России, изучение проблем социальной эффективности рекламы, социальной рекламы как феномена общественной жизнедеятельности.

Задачи: познакомить студентов с основными функциями и видами социальной рекламы, с основными способами воздействия и выражения рекламы; дать знания об основных способах подачи социальной рекламы (в газетах, журналах, по телевидению, наружная реклама, реклама на транспорте и пр.).

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

Краткое содержание: Реклама как общественное явление. Основные исторические этапы развития социальной рекламы за рубежом и в России. Классификация социальной рекламы. Законодательные и этические основы деятельности в сфере социальной рекламы. Аудитория социальной рекламы. Психологические аспекты социальной рекламы. Эффект и эффективность социальной рекламы. Основные направления развития социальной рекламы.

Б1.В.Д.05.02 ПОЛИТИЧЕСКАЯ РЕКЛАМА

Цель: подготовка студентов, обладающих целостным представлением о месте и роли политической рекламы в современном политическом процессе, владеющих теоретическими и практическими знаниями и умениями в сфере политической рекламы, способных принимать участие в управлении и организации деятельности рекламных служб и служб по связям с общественностью в ходе политической рекламной кампании, умеющих оценивать ее эффективность.

Задачи: научиться рационально и эффективно выбирать виды политической рекламы в условиях избирательной кампании; организовывать эффективное воздействие на целевую аудиторию средствами политической рекламы; использовать методы политической рекламы для успешного продвижения кандидата; формировать положительные и стратегические образы кандидата; проводить мероприятия по формированию и повышению имиджа политика; ознакомиться с основными этико-правовыми нормами в сфере использования политической рекламы.

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

Краткое содержание: Политическая реклама: понятие, сущность и функции, история становления. Политическая реклама как форма политической коммуникации. Нормативно-правовая основа политической рекламы. Стратегия и планирование политической рекламной кампании в избирательном процессе. Политическая реклама и ее роль в избирательных кампаниях. Формирование имиджа политика. Оценка политической рекламной кампании.

Б1.В.Д.06.01 МОНИТОРИНГ СМИ

Цель: освоение студентами базовых методик и инструментов мониторинга СМИ, закрепление навыков их применения.

Задачи: овладеть базовыми знаниями в области современных практик мониторинга СМИ в профессиональной деятельности специалистов связей с общественностью; ознакомиться с основными системами мониторинга; получить базовые навыки организации и проведения исследования СМИ; сформировать исследовательские компетенции будущего PR-специалиста, которые могут быть востребованы при подготовке ВКР и в практической деятельности.

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

Краткое содержание: Концептуальные основы аналитики материалов СМИ. Мониторинг материалов СМИ: методологические основы. Анализ материалов СМИ: основные методы и инструментарий. Анализ материалов СМИ как одно из направлений работы корпоративных пресс-служб. Мониторинговые компании России: основные услуги и продукты. Организация процедуры мониторинга СМИ в организации. Медиакарта в работе специалиста по рекламе и связям с общественностью. Анализ цитируемости.

Б1.В.Д.06.02 МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА

Цель: освоение студентами базовых методик и инструментов мониторинга социальных медиа, закрепление навыков их применения.

Задачи: овладеть базовыми знаниями в области современных практик мониторинга социальных медиа в профессиональной деятельности специалистов связей с общественностью; ознакомиться с основными системами мониторинга; получить базовые навыки организации и проведения исследования социальных медиа; сформировать исследовательские компетенции будущего PR-специалиста, которые могут быть востребованы при подготовке ВКР и в практической деятельности.

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

Краткое содержание: Особенности аудиторий социальных медиа. Влияние социальных медиа на аудиторию, контент, технологии СМИ. Использование социальных медиа как источников информации для СМИ. Работа с негативом. Организация процедуры мониторинга социальных медиа в организации. Мониторинг социальных медиа – особенности и тренды. Инструменты оперативного мониторинга и анализа социальных медиа.

Б1.В.Д.07.01 ОСНОВЫ ВОЕННОЙ ПОДГОТОВКИ

Цель: получение знаний, умений и навыков, необходимых для становления обучающихся в качестве граждан, способных и готовых к выполнению воинского долга и обязанности по защите своей Родины в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Задачи:

- формирование у обучающихся понимания главных положений военной доктрины Российской Федерации, а также основ военного строительства и структуры Вооруженных Сил Российской Федерации (ВС РФ);

- формирование у обучающихся высокого общественного сознания и воинского долга;

- воспитание дисциплинированности, высоких морально-психологических качеств личности гражданина – патриота;

- освоение базовых знаний и формирование ключевых навыков военного дела;

- раскрытие специфики деятельности различных категорий военнослужащих ВС РФ;

- ознакомление с нормативными документами в области обеспечения обороны;

- формирование строевой подтянутости, уважительного отношения к воинским ритуалам и традициям, военной форме одежды;

- изучение и принятие правил воинской вежливости;

- овладение знаниями уставных норм и правил поведения военнослужащих.

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

Краткое содержание:

Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации. Общевоинские уставы Вооруженных Сил Российской Федерации, их основные требования и содержание. Внутренний порядок и суточный наряд. Общие положения Устава гарнизонной и караульной службы.

Строевая подготовка. Строевые приемы и движение без оружия.

Огневая подготовка из стрелкового оружия. Основы, приемы и правила стрельбы из стрелкового оружия. Назначение, боевые свойства, материальная часть и применение стрелкового оружия, ручных противотанковых гранатометов и ручных гранат. Выполнение упражнений учебных стрельб из стрелкового оружия.

Основы тактики общевойсковых подразделений. Вооруженные Силы Российской Федерации, их состав и задачи. Тактико-технические характеристики (ТТХ) основных образцов вооружения и техники ВС РФ. Основы общевойскового боя. Основы инженерного обеспечения. Организация воинских частей и подразделений, вооружение, боевая техника вероятного противника.

Радиационная, химическая и биологическая защита. Ядерное, химическое, биологическое, зажигательное оружие. Радиационная, химическая и биологическая защита.

Военная топография. Местность как элемент боевой обстановки. Топографические карты и их чтение, подготовка к работе.

Основы медицинского обеспечения. Медицинское обеспечение войск (сил), первая медицинская помощь при ранениях, травмах и особых случаях.

Военно-политическая подготовка. Россия в современном мире. Основные направления социально-экономического, политического и военно-технического развития страны.

Правовая подготовка. Военная доктрина Российской Федерации. Законодательство Российской Федерации о прохождении военной службы.

Б1.В.Д.07.02 ОСНОВЫ МЕДИЦИНСКИХ ЗНАНИЙ

Цель: приобретение навыков распознавания признаков неотложных состояний и умения оказывать первую доврачебную помощь детям и подросткам, формирование умений адекватно реагировать в случае развития эпидемического процесса, а также формирование у студентов сознательного и ответственного отношения к сохранению и укреплению здоровья на основе принципов здорового образа жизни.

Задачи:

- дать студентам базовые знания о предмете и задачах социальной медицины как отрасли современной науки и способствовать освоению интегрального подхода к феномену индивидуального и общественного здоровья;
- дать студентам базовые медицинские знания о здоровье и здоровом образе жизни;
- изучить принципы и методы реанимации, причины травматизма, детей и подростков;
- сформировать навыки оказания помощи при ранениях, травмах, отравлениях, асфиксии, тепловых и холодовых поражениях, острых заболеваниях человека.
- способствовать освоению студентами знаний по профилактике заболеваний, степени влияния неблагоприятных социальных факторов на здоровье населения и социальных технологий формирования основ здоровья;
- сформировать у студентов умения адекватно реагировать в случае развития эпидемического процесса;
- сформировать у студентов представление о наиболее важных характеристиках здоровья в современном обществе.

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

Краткое содержание: Здоровье и факторы его формирования. Здоровый образ жизни и его составляющие. Определение понятия «здоровье». Здоровье населения и индивидуальное здоровье. Критерии здоровья. Факторы, влияющие на здоровье. Медико-статистические показатели состояния здоровья учащихся различных возрастных групп. Взаимосвязь здоровья, предболезни, болезни. Основные признаки нарушения здоровья ребенка.

Основные понятия микробиологии и эпидемиологии. Характеристика патогенных микроорганизмов (классификация, свойства, устойчивость к воздействию факторов внешней среды). Эпидемический процесс, его основные факторы и закономерности. Иммуитет и

восприимчивость организма человека к инфекционным болезням. Виды иммунитета. Противоэпидемические мероприятия и профилактика инфекционных заболеваний в детских коллективах.

Первая медицинская (доврачебная) помощь как возможность спасения человека при угрожающих его жизни состояниях. Краткая характеристика угрожающих жизни состояний: кровотечение, кома, шок, асфиксия, остановка сердца, отравления, ожоги, отморожения и др. Понятие об асептике и антисептике. Перевязочные материалы. Представления об иммобилизации.

Отравления. Отравления ядохимикатами, применяемыми в сельском хозяйстве, ботулизм. Принципы оказания первой медицинской помощи при отравлениях. Укусы змей, первая помощь при укусах змей.

Организация первой медицинской помощи при стихийных бедствиях, основной принцип этапности. Первый этап: максимально быстрое устранение действия повреждающих факторов. Второй этап: оказание первой медицинской помощи в соответствии с характером повреждения. Третий этап: транспортировка с места бедствия и госпитализация в лечебное учреждение.

Смерть и её этапы. Острая дыхательная недостаточность. Первая медицинская помощь: определение проходимости дыхательных путей, техника проведения искусственной вентиляции лёгких (ИВЛ). Острая сердечная недостаточность. Остановка сердца. Техника непрямого массажа сердца. Признаки эффективности массажа сердца. Диабетическая кома. Гипер- и гипогликемическая кома. Основные симптомы. Первая медицинская помощь. Эпилептический припадок. Стадии эпилептического припадков и оказание медицинской помощи на каждый из них. Понятие об аллергенах, антителах и аллергической реакции. Схема развития аллергического шока. Первая помощь. Понятие о гипертонии. Понятие о гипертоническом кризе, первая помощь.

Характеристика травматизма, первая помощь при травмах и их профилактика. Детский травматизм. Первая медицинская помощь при кровотечениях и травматическом шоке. Первая медицинская помощь при ранениях. Первая медицинская помощь при закрытых повреждениях. Детский травматизм. Профилактика. Реанимация. Неотложная помощь в критических ситуациях.

Б1.В.Д.08.01 ИСТОРИЯ РЕКЛАМНОГО ПЛАКАТА

Цель: формирование знаний в области исторического развития визуальных коммуникаций в рекламе, формирование навыков анализа и оценки выразительных средств рекламы и дизайна, освоение области применения отечественного и мирового опыта плакатного жанра в рекламе.

Задачи: раскрытие сущности понятия «рекламный плакат»; ознакомление с историей становления и развития жанра рекламного плаката; выявление плакатного жанра как одного из основных инструментов визуальных коммуникаций в рекламе; выявление технических, стилистических и идеологических особенностей плакатного жанра и рекламы в разные исторические периоды; знакомство с наиболее значимыми отечественными и зарубежными именами, школами и направлениями в плакатном жанре и рекламе.

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

Краткое содержание: Плакат: понятие; жанры; функциональная реализация. Развитие плакатных форм. Психология восприятия плаката. История плаката в США. Французский рекламный плакат. История развития плакатных форм в России: дореволюционный российский рекламный плакат. История развития плакатных форм в России: советский рекламный плакат 1917–1953 гг. История развития плакатных форм в России: 1953-1991 гг.

Б1.В.Д.08.02 ЛИТЕРАТУРА И ИСКУССТВО В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Цель: знакомство с основными видами искусства и литературы, используемыми при производстве и реализации рекламного продукта или пиар-текста; формирование у обучающегося профессиональных компетенций в области создания художественного образа средствами рекламы и связей с общественностью.

Задачи: рассмотреть понятие, структуру и типологию художественного образа в литературоведении, культурологии, искусствоведении; охарактеризовать рекламный образ как инвариант культуры, генерирующий и передающий её эстетические смыслы; изучение понятийно-категориального аппарата деятельности, связанной с организацией внешних коммуникаций организаций и проектов в сфере культуры и искусства; приобретение компетенций и навыков для создания рекламного и PR-продукта в социально-культурной сфере.

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

Краткое содержание: Творческое производство рекламного и PR-продукта. Художественный образ в гуманитаристике. Художественный образ в литературоведении. Типология художественных образов в искусствознании. Художественная образность в рекламе продуктов и услуг и текстах в сфере связей с общественностью. Рекламный образ как инвариант художественного образа. Историческая эволюция художественной образности в рекламе. Художественный образ в печатной рекламе. Художественный образ в видеорекламе. Механизмы включения художественного в рекламную коммуникацию. Кинематограф как вид искусства в рекламе.

Ф Факультативные дисциплины (модули)

Ф..01 ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО РЕГИОНА

Цель: изучение концепции, типологии и аудитории региональных СМИ, регионального рынка печатных периодических изданий, его качественных и количественных характеристик, существования СМИ в условиях региона, а также состояния и тенденций развития СМИ Астраханской области.

Задачи: сформировать представление об информационном региональном рынке и СМИ Астраханской области как информационном товаре; научить определять информационную типологическую нишу региональных СМИ и их целевую аудиторию; дать представление о типологической системе СМИ Астраханской области (классификации СМИ по разным основаниям и параметрам); научиться разрабатывать концепцию различных по типологии изданий.

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

Краткое содержание: Система региональных СМИ: эволюция, современные принципы организации и взаимодействия. Периодическая печать и Интернет-издания в системе СМИ Астраханской области. Региональное телевидение и радиовещание в системе СМИ Астраханской области. Портрет региона. Регион и региональная проблематика. Освещение в СМИ политических и экономических событий региона. Социальная тематика в региональных СМИ. Тема здравоохранения в региональных СМИ. Тема образования и культуры в региональных СМИ. Правоохранительная и криминальная тематика в региональных СМИ. Профессиональные журналистские организации региона.

Ф..02 ИММЕРСИВНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА

Цель: изучение основных принципов иммерсивной журналистики.

Задачи: изучение иммерсии как способа вовлечения аудитории в медиапроект; исследование законов построения цифровых медиатекстов в новых форматах; исследование основных направлений развития проектов иммерсивной журналистики.

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

Краткое содержание: Феномен иммерсии. Новые медиаформаты, способствующие

созданию «эффекта погружения». Тренды развития иммерсивных технологий. Проекты иммерсивной журналистики. Взаимодействия иммерсивной журналистики с аудиторией. Платформы для распространения контента иммерсивной журналистики. Иммерсивные материалы различных медиа.

Ф..03 МОДУЛЬ «ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ»

Ф..03.01 ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель: практическое формирование языковой компетенции выпускников, т. е. обеспечение уровня знаний и умений, который позволит пользоваться иностранным языком в различных областях профессиональной деятельности, научной и практической работе, в общении с зарубежными коллегами, для самообразовательных и других целей.

Задачи:

- формирование профессиональной мотивации изучения иностранного языка;
- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого студентами на предыдущей ступени;
- формирование навыков и умений поискового, просмотрового и ознакомительного чтения литературы по специальности;
- развитие умений реферирования и аннотирования на основе профессионально-ориентированных текстов;
- развитие умений говорения в рамках знакомой профессионально ориентированной лексики;
- обучение основным навыкам письма для ведения переписки и подготовки публикаций;
- достижение студентами необходимого и достаточного уровня коммуникативной компетенции для реализации межпредметных связей иностранного языка с профессиональными дисциплинами посредством самостоятельной работы над междисциплинарным образовательным проектом.

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

Краткое содержание:

Модуль «Выбор профессии»: *Тема 1.* Научная область знаний (соответственно специальности: химия, биология, история, социология и т. д.) Специальная терминология. Терминообразование. Номенклатура. *Тема 2.* Области и виды профессиональной деятельности (соответственно научному направлению, в России и за рубежом). *Тема 3.* Моя будущая профессия.

Модуль «Введение в специальность»: *Тема 1.* Работа на производстве: тимбилдинг и работа в команде. *Тема 2.* Рабочие обязанности. *Тема 3.* Рабочий график: сменный режим работы, командировки, свободное время. *Тема 4.* Рабочее место. Оборудование и инструменты.

Модуль «Методы исследования»: *Тема 1.* Теоретические методы научного исследования. *Тема 2.* Специальные методы исследования (соответствующие направлению подготовки).

Модуль «Профессиональные технологии»: *Тема 1.* Визуализация результатов исследования: составление устных и письменных комментариев к таблицам, графикам, рисункам и т. д.

Ф..03.02 ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель: научить использовать иностранный язык в качестве инструмента производственной деятельности в устной и письменной коммуникации в будущей профессиональной деятельности.

Задачи:

– развитие умений и навыков устного и письменного общения на деловые профессиональные темы на иностранном языке, овладение профессиональной лексикой иностранного языка по профилю подготовки; совершенствование знаний лексико-грамматических и стилистических особенностей изучаемого иностранного языка для решения задач в рамках будущей профессиональной деятельности;

– совершенствование приобретённых на 1 и 2 курсах навыков разработки общей идеи и концепции проекта, формулирования исследуемых проблем и постановки соответствующих исследовательских задач на иностранном языке;

– развитие умений и навыков самостоятельной работы над междисциплинарным образовательным проектом, системой иноязычных знаний и умений, позволяющей планировать собственную деятельность, использовать исследовательские методы в определении проблемы проекта, получать и анализировать результаты исследования, подводить итоги и делать выводы на иностранном языке;

– развитие навыков работы в команде (активное обсуждение представленных проектов, выбор формы презентации результатов проекта и т.п.) и самопрезентации при публичном выступлении на иностранном языке (при этом иностранный язык рассматривается уже не как предмет изучения, а как средство общения с аудиторией) при осуществлении студентами междисциплинарных образовательных проектов в рамках учебно-профессиональной, научной и практико-ориентированной проектной деятельности.

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

Краткое содержание:

Модуль «Специфика профессиональной деятельности»: Тема 1. Личностные качества профессионала (соответственно специальности). *Тема 2.* Профессиональный успех и профессиональные риски.

Модуль «Основные профессиональные задачи»: *Тема 1.* Общие и специальные профессиональные задачи (соответственно специальности). *Тема 2.* Деловая переписка / документация в рамках профессиональной деятельности: резюме, деловое письмо, контракт, страховой полис, заявление. *Тема 3.* Планирование и продвижение проекта. *Тема 4.* Инвесторы, поставщики и субподрядчики. *Тема 5.* Особенности и практика перевода специальной / технической литературы.

Модуль «Профессиональная ответственность специалиста»: *Тема 1.* Профессионал и природа. Охрана окружающей среды, ответственное отношение к природным ресурсам и переработка. *Тема 2.* Профессионал и общество. Специфика профессиональной деятельности и государственная / международная безопасность.

Модуль «Положительные и отрицательные аспекты профессиональной деятельности»: *Тема 1.* Самореализация в профессии и карьерный рост. *Тема 2.* Охрана окружающей среды: ответственное отношение к природным ресурсам и переработка. *Тема 3.* Безопасность на рабочем месте. *Тема 4.* Несчастный случай на производстве (соответственно специальности).

Ф..03.03 СПЕЦИАЛЬНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Цель: дальнейшая подготовка студентов к осуществлению коммуникации на иностранном языке; формирование и расширение у студентов коммуникативных компетенций; обеспечение владения умениями и навыками использования языковых средств в основных видах речевой деятельности в рамках изучаемых тем.

Задачи:

– овладение лексическими единицами терминологического и профессионального характера;

– закрепление умений и навыков по всем видам речевой деятельности;

– формирование представления об иностранном языке как средстве получения и совершенствования знаний по специальности и повышения профессиональной квалификации.

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

Краткое содержание:

Модуль «Подготовка научной публикации»: *Тема 1.* Специфические черты научного стиля (сопоставление особенностей русского и иностранного языка). *Тема 2.* Международные стандарты и требования к оформлению научно-практических работ (статей, лабораторных работ, докладов и др.).

Модуль «Участие в научно-практической деятельности»: *Тема 1.* Особенности, преимущества и недостатки индивидуальной и групповой проектной работы. *Тема 2.* Современные международные проекты (виды, цели и задачи, требования и перспективы).

Модуль «Презентация результатов практической деятельности»: *Тема 1.* Международные требования и особенности подготовки презентаций и отчетов (языковые, графические, аббревиация и др.). *Тема 2.* Специфика онлайн конференций и круглых столов (коммуникативные стратегии, речевой этикет, международные нормы).

Модуль «Перспективы развития специальности»: *Тема 1.* Перспективы развития научной области знаний (соответственно специальности). *Тема 2.* Значение профессиональной деятельности для развития мировой экономики, сохранения природных ресурсов, гуманитарной безопасности. *Тема 3.* Перспективы появления и развития новых видов профессиональной деятельности в рамках специальности.

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

В Блок 2 «Практика» 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 осуществляется с учетом состояния здоровья и требований по доступности.

Аннотации программ практик

4.5.1. Учебная практика (тип – профессионально-ознакомительная практика)

Цель: закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося; выработка компетенций, предусмотренных учебным планом основной образовательной программы; профессиональная адаптация обучающихся, знакомство студентов с организацией работы в агентствах, службах, отделах, которые производят рекламные продукты и (или) пиар-тексты.

Задачи: ознакомление с технологиями создания рекламных продуктов и (или) пиар-текстов в различных рекламных отделах, агентствах, пресс-службах и т.д.; формирование первичных навыков подготовки коммуникационного продукта; развитие творческих способностей; формирование умений и навыков для подготовки к последующему прохождению производственной практики; использование результатов практики для подготовки курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Требования к результатам освоения: в результате прохождения практики формируются следующие компетенции: ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ПК-2; ПК-3.

Краткое содержание: Подготовительный этап. Установочная конференция. Распределение на практику, выдача задания, консультирование по вопросам прохождения практики и подготовки итогового отчета. Знакомство с организацией работы отдела рекламы или пресс-службы. Прохождение практики, взаимодействие с сотрудниками, подготовка рекламного продукта или пиар-текста. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция. Защита отчета о прохождении практики, дискуссия.

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

Производственная практика. Часть 1

Цель: формирование и развитие способностей осуществлять под контролем профессиональные функции, реализовывать знания в области рекламы и связей с общественностью как сферы профессиональной деятельности.

Задачи: приобретение опыта практической деятельности и формирование профессиональных организационных и аналитических компетенций; участие в организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы (организации); участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций в организации; закрепление и углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам; использование результатов практики для подготовки курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Требования к результатам освоения: в результате прохождения практики формируются следующие компетенции: УК-1; УК-4; УК-6; ПК-2; ПК-3.

Краткое содержание: Подготовительный этап. Установочная конференция. Распределение на практику, выдача задания, консультирование по вопросам прохождения практики и подготовки итогового отчета. Посещение подразделений по связям с общественностью и рекламе, отделов маркетинга, специализированных коммуникационных агентств, пресс-служб и т.д. Выполнение производственных заданий, подготовка к выпуску, разработка и распространение рекламы, пиар-текстов, коммуникационных продуктов. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция. Защита отчета о прохождении практики, дискуссия.

Производственная практика. Часть 2

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

Задачи: приобретение опыта практической деятельности и формирование профессиональных организационных и аналитических компетенций; участие в организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы (организации); участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций в организации; закрепление и углубление полученных теоретических знаний по общепрофессиональным и специальным дисциплинам; использование результатов практики для подготовки курсовых работ и выпускной квалификационной работы.

Требования к результатам освоения: в результате проведения практики формируются следующие компетенции: УК-2; УК-3; УК-6; ПК-1; ПК-4.

Краткое содержание: Подготовительный этап. Установочная конференция. Распределение на практику, выдача задания, консультирование по вопросам прохождения практики и подготовки итогового отчета. Посещение подразделений по связям с общественностью и рекламе, отделов маркетинга, специализированных коммуникационных агентств, пресс-служб и т.д. Выполнение производственных заданий, подготовка к выпуску, разработка и распространение рекламы, пиар-текстов, коммуникационных продуктов. Подготовка отчета о прохождении практики. Итоговая конференция. Защита отчета о прохождении практики, дискуссия.

4.5.3. 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: УК-1; ОПК-3; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-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 научной статьи.

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 соответствующему направлению подготовки 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).

Документы, регламентирующие порядок проведения и содержание государственной 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.

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.

В рамках выполнения ВКР проверяется уровень сформированности у выпускника следующих компетенций:

– в период подготовки к процедуре защиты ВКР: УК-1; УК-2; УК-3; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-3; ОПК-6; ОПК-7; ПК-3.

– в процессе защиты ВКР: УК-4; УК-5; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-4.

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

Руководители ВКР назначаются из числа профессоров, доцентов, высококвалифицированных преподавателей и научных сотрудников университета (старший, ведущий, главный научные сотрудники) 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 коммуникационные продукты;
- 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
			Оптимальный	Допустимый	Критический	Недопустимый				
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.						

Критерии	КОД	Проверяемые компетенции	Уровни достижения		Руководитель	Рецензент	Защита	Итого
			Недопустимый	<p>Формулирует либо отдельные понятия методологического аппарата исследования, либо допускает грубые ошибки.</p> <p>Не раскрывает состояние проблемы исследования.</p>				

Требования к бакалаврской работе

Бакалаврская работа имеет следующие структурно-содержательные характеристики: титульный лист, введение, основная часть, заключение, список литературы и приложение. Во введении содержится обоснование темы, ее актуальность, дается краткий обзор литературы по теме, формулируются цель, задачи исследования, обозначаются его объект и предмет. Основная часть носит содержательный характер, в ней решаются поставленные задачи, описываются ход и результаты научно-аналитической и творческой работы. Литературный обзор должен составлять не более 1/3 от основного содержания. Основную часть следует делить на главы и параграфы. Содержание глав основной части должно точно соответствовать теме работы и полностью ее раскрывать. Рекомендуемое количество глав – 2–3, рекомендуемое количество параграфов – 2–3 (количество частей глав и параграфов зависит от характера исследования, а также индивидуальности автора). Между параграфами и между главами необходимы смысловые связки, чтобы текст выпускной квалификационной работы был логично выстроен и не содержал разрывов в изложении материала. Целесообразно формулировать по каждой главе краткие выводы. В основную часть ВКР могут быть включены разработанные и (или) реализованные коммуникационные продукты студента (пиар-тексты, рекламная продукция). Количество представленных авторских продуктов не ограничивается, их объем должен быть обусловлен значимостью идей, фактов, образов, аргументов, имеющих в публикациях выпускника. Ориентировочный объем выпускной квалификационной работы – не менее 50 страниц.

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).

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании 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 университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории университета, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда университета обеспечивает доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик и 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 университета 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.

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

В университете имеются специальные помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определен в рабочих программах дисциплин (модулей). В университете также имеются специальные помещения для самостоятельной работы обучающихся, которые оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечивают доступ в электронную информационно-образовательную среду организации. Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

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).

Библиотечный фонд университета 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.

Студентам обеспечена возможность свободного доступа к фондам учебно-методической документации и интернет-ресурсам. Все студенты имеет возможность открытого доступа к электронному каталогу научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем» (<https://library.asu.edu.ru>), электронной библиотеке «Астраханский государственный университет» собственной генерации на электронной платформе ООО и др.

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

здоровья. По каждому учебному курсу предусмотрено индивидуальное консультирование указанных лиц с использованием электронных средств.

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 (или) профессиональных стандартах (при наличии).

Доля 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), ведущих научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины (модуля), составляет не менее 70 процентов.

Доля 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), являющихся руководителями и (или) 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), составляет не менее 5 процентов.

Доля педагогических работников университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности университета на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), которые 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), составляет не менее 60 процентов.

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:

- совершенствования структуры и актуализации содержания образовательных программ, реализуемых в Университете;
- совершенствования ресурсного обеспечения образовательного процесса в Университете;
- повышения компетентности и уровня квалификации профессорско-преподавательского состава Университета, участвующего в реализации образовательных программ;
- повышения мотивации обучающихся к успешному освоению образовательных

программ;

- усиления взаимодействия Университета с профильными предприятиями и организациями по вопросам совершенствования образовательного процесса;
- противодействия коррупционным проявлениям в ходе реализации образовательного процесса.

Оценка качества освоения программ бакалавриата обучающимися включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию, а также может осуществляться в рамках:

- проведения входного контроля уровня подготовленности обучающихся в начале изучения дисциплины (модуля) с целью выявления уровня первоначального опыта и сформированности компетенций обучающихся по отдельным учебным дисциплинам образовательных программ;
- мероприятий по контролю наличия у обучающихся сформированных результатов обучения по ранее изученным дисциплинам (модулям) (данный вид контроля проводится в начале изучения дисциплины (модуля) и направлен на оценку качества подготовки обучающихся по предшествующим дисциплинам (модулям), изучение которых необходимо для успешного освоения указанной дисциплины (модуля), а также помочь в совершенствовании и актуализации методик преподавания дисциплин (модулей));
- анализа портфолио учебных и внеучебных достижений обучающихся (данный вид контроля дополняет традиционные контрольно-оценочные средства и позволяет учитывать результаты, достигнутые обучающимися в разнообразных видах деятельности: учебной, научно-исследовательской, творческой, социальной, коммуникативной и др.);
- проведения олимпиад и других конкурсных мероприятий по отдельным дисциплинам (модулям) (подобные мероприятия, организованные кафедрами и факультетами, способствуют выявлению наиболее способных обучающихся, а также стимулируют углубленное изучение дисциплины (модуля), готовят к будущей профессиональной деятельности, формируют активную жизненную позицию);
- мониторинга и анализа результатов трудоустройства выпускников.

В целях совершенствования программы бакалавриата университет при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая представителей научно-педагогического состава университета – представителей региональной сферы рекламы и связей с общественностью, СМИ, профессиональных и общественных объединений. Представители работодателей принимают участие в промежуточной и итоговой аттестации обучающихся, оценивают творческие и научные работы студентов.

Для проведения внутренней независимой оценки качества подготовки обучающихся в рамках промежуточной аттестации обучающихся по дисциплинам (модулям) могут создаваться комиссии. В комиссию, помимо педагогического работника, проводившего занятия по дисциплине (модулю), могут быть включены:

- педагогические работники учебного подразделения, реализующие соответствующую дисциплину (модуль), но не проводившие по ней занятия;
- педагогические работники других учебных подразделений, реализующих аналогичные дисциплины (модули);
- педагогические работники других образовательных организаций, реализующих аналогичные дисциплины (модули);
- представители организаций и предприятий, соответствующих направленности ОПОП ВО;
- работники подразделений, осуществляющих аудит и мониторинг качества образовательного процесса в Университете.

Перечень дисциплин (модулей), промежуточная аттестация по которым осуществляется с привлечением комиссий, определяется руководителем образовательной

программы, заведующим кафедрой, деканом. Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация может проводиться в форме компьютерного тестирования.

Используемые в процессе промежуточной аттестации оценочные материалы, разработанные преподавателями Университета, регулярно обновляются. Также 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 формировании тематики курсовых работ (проектов) и при закреплении тем выпускных квалификационных работ предпочтение отдается темам, сформулированным представителями организаций и предприятий, соответствующих направленности образовательной программы, и представляющим собой реальную практическую или производственную задачу либо актуальную научно-исследовательскую задачу. Для проведения процедуры защиты выпускных квалификационных работ 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. Анкетирование проводится в электронной форме. Анкеты для опроса размещаются на официальном интернет-портале Университета. Студенты также имеют возможность выразить рефлексию о качестве отдельных дисциплин и всего образовательного процесса в целом в форме эссе или анонимного тестирования, а также могут высказать свои пожелания на итоговых занятиях.

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.

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников

отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии), требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

6. Характеристика воспитывающей среды при освоении обучающимися образовательной программы

Воспитывающая (воспитательная) среда – это среда созидательной деятельности, общения, фактор внутреннего и внешнего психосоциального и социокультурного развития личности. В университете воспитательная работа является важной и неотъемлемой частью многоуровневого непрерывного образовательного процесса.

В университете созданы условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданственных, общекультурных качеств обучающихся. Воспитывающая среда университета проектируется и развивается посредством воспитательной деятельности, основной целью которой является социализация личности будущего конкурентоспособного специалиста с высшим образованием, обладающего высокой культурой, интеллигентностью, социальной активностью, качествами гражданина-патриота, а также обладающего общекультурными и профессиональными качествами.

Воспитательная деятельность регламентируется требованиями Министерства науки и высшего образования, документами, утвержденными Ученым советом университета, рабочей программой воспитания обучающихся, календарным планом воспитательной работы. Календарный план включает следующие направления воспитательной деятельности: духовно-нравственное воспитание, гражданско-патриотическое и правовое воспитание, профессионально-трудовое воспитание, эстетическое воспитание, физическое воспитание, экологическое воспитание, профилактика злоупотребления психоактивными веществами и пропаганда здорового образа жизни.

В целях решения важных вопросов жизнедеятельности студенческой молодежи, развития ее социальной активности, поддержки и реализации молодежных инициатив, обеспечения прав обучающихся на участие в управлении образовательным процессом избран Объединённый совет обучающихся. Студенты имеют возможность реализовать потенциал в творческих коллективах, спортивных секциях и т.п.

На основании календарного плана воспитательной работы университета разработаны и утверждены календарные планы воспитательной работы факультетов, в соответствии с которыми реализуются разнообразные проекты по различным направлениям воспитательной деятельности. В университете регулярно проводятся встречи с ведущими учеными, представителями бизнеса и работодателями. На основании заключенных договоров о сотрудничестве, студенты имеют возможность трудоустроиваться в коммерческие и некоммерческие организации, госструктуры.

На факультетах под общим руководством декана воспитательной деятельностью занимаются заместители декана по воспитательной работе, координаторы по профориентационной работе, по практике и трудоустройству, кураторы учебных групп с участием активистов Объединённого совета обучающихся.

В университете уделяется большое внимание научным исследованиям и проектной деятельности студентов, как основному источнику формирования профессиональных компетенций. Ежегодно в университете проводятся конференции студентов, молодых ученых и аспирантов, олимпиады по специальностям. Студенты участвуют во всероссийских и международных конференциях, конкурсах дипломных работ по специальностям и направлениям подготовки, в подготовке выпускных квалификационных работ в формате «Стартап как диплом».

Одной из успешных практик культурно-творческого воспитания в университете является студенческий проект «Социализация», который проводится два раза в год, длительность каждого сезона 2 месяца, охват 5000 студентов в год.

Спортивно-технические характеристики спортивных сооружений университета позволяют создавать все условия для тренировочного цикла по многим видам спорта. Студенты университета в составе сборных команд по различным видам спорта (волейбол,

футбол, мини-футбол, настольный теннис, шахматы, баскетбол, плавание, стрельба, роуп-скипинг, гребля-индор, легкая атлетика) принимают участие в различных соревнованиях и чемпионатах.

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; обеспечения 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. 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 / ОПОП, согласуются с Ученым советом университета, и оформляются в форме листа актуализации, являющегося приложением 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 программы 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, экспертов ОПОП ВО

Разработчики:

Кандидат политических наук,
доцент кафедры
конституционного и
международного права,
руководитель ОПОП



подпись

Т.А. Гризно

Кандидат филологических наук,
доцент кафедры журналистики и
медиакommunikаций



подпись

Г.Х. Кадырова

Первый заместитель министра
государственного управления,
информационных технологий и
связи Астраханской области



подпись

Р.Ю. Ядыкин

Директор маркетингового
агентства «Микс»



подпись

М.О. Линько

Согласовано:

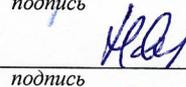
Проректор по ОДиЦ



подпись

Г.В. Станкевич

Начальник управления ООП



подпись

Н.Ю. Коленкова

Декан факультета филологии и
журналистики



подпись

Л.Ю. Касьянова

Завкафедрой журналистики и
медиакommunikаций



подпись

Г.С. Белолипская

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 профессионального стандарта
1.	06.009	Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации (утв. приказом Минтруда России от 04.08.2014 N 535н)
2.	06.013	Специалист по информационным ресурсам (утв. приказом Минтруда России от 19.07.2022 N 420н)

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.

06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
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

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
С	Управление информационными 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

МАТРИЦА КОМПЕТЕНЦИЙ

Направление подготовки

42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Направленность (профиль) ОПОП

Квалификация (степень)

бакалавр

Форма обучения

очная, заочная

Год приема

2024

Дисциплина, раздел ОПОП		Универсальные компетенции (УК)										Общепрофессиональные компетенции (ОПК)							Профессиональные компетенции (ПК)			
Код	Наименование	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
Блок 1 «Дисциплины (модули)»																						
<i>Обязательная часть</i>																						
Б1.Б.01	МОДУЛЬ «РОССИЯ И МИР»																					
Б1.Б.01.01	История России					+																
Б1.Б.01.02	Основы российской государственности					+																
Б1.Б.02	ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИЙ МОДУЛЬ																					
Б1.Б.02.01	Физическая культура и спорт								+													
Б1.Б.02.02	Элективные курсы по физической культуре и спорту								+													
Б1.Б.02.03	Безопасность жизнедеятельности									+												
Б1.Б.03	КОММУНИКАТИВНЫЙ МОДУЛЬ																					
Б1.Б.03.01	Иностранный язык				+																	
Б1.Б.03.02	Речевые практики				+																	
Б1.Б.04	МОДУЛЬ «СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЫШЛЕНИЯ»																					
Б1.Б.04.01	Философия					+																

Дисциплина, раздел ОПОП		Универсальные компетенции (УК)										Общепрофессиональные компетенции (ОПК)							Профессиональные компетенции (ПК)			
Код	Наименование	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
Б1.Б.04.02	Экономическая и финансовая грамотность									+												
Б1.Б.04.03	Когнитивные технологии	+					+															
Б1.Б.04.04	Правовое регулирование профессиональной деятельности. Антикоррупционное поведение		+								+											
Б1.Б.05	МОДУЛЬ «Я И ЦИФРА»																					
Б1.Б.05.01	Цифровая грамотность																+					
Б1.Б.05.02	Введение в информационные технологии																+					
Б1.Б.05.03	Системы искусственного интеллекта																+					
Б1.Б.06	МОДУЛЬ «УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ»																					
Б1.Б.06.01	Основы проектной деятельности (проектные технологии)		+	+																		
Б1.Б.06.02	Проектирование медиапродукта		+																			+
Б1.Б.07	История искусств					+								+								
Б1.Б.08	История отечественной журналистики													+		+						
Б1.Б.09	Стилистика и редактирование медиатекстов				+							+										
Б1.Б.10	История отечественной и зарубежной литературы													+								
Б1.Б.11	Теория аргументации и переговорные технологии	+			+																	
Б1.Б.12	Эстетика медиакommunikаций					+								+								
Б1.Б.13	Организация и проведение коммуникационной кампании												+		+							
Б1.Б.14	Социология массовых коммуникаций												+		+							
Б1.Б.15	Психология массовых коммуникаций			+														+				

Дисциплина, раздел ОПОП		Универсальные компетенции (УК)										Общепрофессиональные компетенции (ОПК)							Профессиональные компетенции (ПК)			
Код	Наименование	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
Б1.Б.16	Маркетинг в рекламе и связях с общественностью														+						+	
Б1.Б.17	Менеджмент в рекламе и связях с общественностью			+												+			+			
Б1.Б.18	Медиаэкономика									+						+						
Б1.Б.19	Интегрированные коммуникации												+			+					+	
Б1.Б.20	Основы теории коммуникации														+			+				
Б1.Б.21	Теория и практика массмедиа											+								+		
Б1.Б.22	Организация работы отдела рекламы			+												+			+			
Б1.Б.23	Медиапланирование																	+	+			
Б1.Б.24	Создание рекламного ролика																+					+
Б1.Б.25	Теория и практика рекламы											+								+		+
Б1.Б.26	Введение в коммуникационные специальности	+																+				
Б1.Б.27	Основы теории журналистики														+			+				
Б1.Б.28	Современный русский (родной) язык				+							+										
Б1.Б.29	Конфликтология массмедиа			+														+				
Б1.Б.30	Теория и практика связей с общественностью												+		+					+		
Б1.Б.31	Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью															+		+				
Б1.Б.32	История рекламы и связей с общественностью													+		+						
Б1.Б.33	История зарубежной журналистики													+		+						
Б1.Б.34	Основы научного исследования в медиакоммуникациях	+														+						
Б1.Б.35	Организация работы отдела по связям с общественностью			+												+			+			
Часть, формируемая участниками образовательных отношений																						
Б1.В.01	Реклама и связи с общественностью в политике																		+			+

Дисциплина, раздел ОПОП		Универсальные компетенции (УК)										Общепрофессиональные компетенции (ОПК)							Профессиональные компетенции (ПК)			
Код	Наименование	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
Б1.В.02	Брендинг																				+	
Б1.В.03	Репутационный менеджмент						+												+			
Б1.В.04	Копирайтинг																			+		
Б1.В.05	Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью																					+
Б1.В.06	Экологический пиар																					+
Б1.В.07	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере																					+
Б1.В.08	Корпоративные медиакоммуникации в бизнесе и политике									+									+			
Б1.В.09	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью		+																			+
Б1.В.10	Разработка и выпуск рекламного продукта																		+			+
Б1.В.11	Консалтинг в связях с общественностью																					+
Б1.В.12	Спичрайтинг																			+		
Б1.В.13	Реклама в интернете																					+
Б1.В.14	Связи с общественностью в интернете																					+
Б1.В.15	Технологии медиатворчества																			+		
Б1.В.16	Управление общественным мнением и СМИ	+																	+			
Б1.В.17	Фотография в рекламе																			+		
Б1.В.18	Нейминг в массовой коммуникации																					+
Б1.В.19	Разработка и выпуск пиар-продукта																		+			+
Б1.В.20	Антикризисный PR																		+			
Б1.В.21	Имиджеология в медийной деятельности						+															+
Б1.В.22	Рейтинги в рекламе и связях с																					+

Дисциплина, раздел ОПОП		Универсальные компетенции (УК)										Общепрофессиональные компетенции (ОПК)							Профессиональные компетенции (ПК)			
Код	Наименование	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
	общественностью																					
Б1.В.23	Неономинации в рекламном дискурсе				+															+		
Б1.В.Д.01.01	Организация специальных мероприятий																		+	+		
Б1.В.Д.01.02	Искусство бизнес-презентации																					+
Б1.В.Д.02.01	Коммуникационный аудит																		+			
Б1.В.Д.02.02	Комьюнити-менеджмент																				+	
Б1.В.Д.03.01	Сторителлинг в рекламе и пиаре																			+		
Б1.В.Д.03.02	Событийный менеджмент																				+	
Б1.В.Д.04.01	Наружная реклама																			+		
Б1.В.Д.04.02	Событийная индустрия и пиар-технологии																		+			
Б1.В.Д.05.01	Социальная реклама																			+		
Б1.В.Д.05.02	Политическая реклама																			+		
Б1.В.Д.06.01	Мониторинг СМИ																					+
Б1.В.Д.06.02	Мониторинг социальных медиа																					+
Б1.В.Д.07.01	Основы военной подготовки								+													
Б1.В.Д.07.02	Основы медицинских знаний								+													
Б1.В.Д.08.01	История рекламного плаката																			+		
Б1.В.Д.08.02	Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью																			+		
Факультативные дисциплины (модули)																						
Ф.01	Информационное пространство региона	+																				+
Ф.02	Иммерсивная журналистика																					+
Ф.03	МОДУЛЬ «ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ»																					
Ф.03.01	Профессионально-ориентированный иностранный язык				+																	
Ф.03.02	Профессиональный иностранный язык				+																	

Дисциплина, раздел ОПОП		Универсальные компетенции (УК)										Общепрофессиональные компетенции (ОПК)							Профессиональные компетенции (ПК)			
Код	Наименование	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
Ф.03.03	Специальный иностранный язык				+																	
Блок 2 «Практика»																						
обяз	Учебная практика (профессионально-ознакомительная практика) (2 семестр)											+	+		+						+	+
форм	Производственная практика (профессионально-творческая практика) (4 семестр)	+			+		+														+	+
форм	Производственная практика (профессионально-творческая практика) (6 семестр)		+	+			+												+			+
обяз	Производственная практика (преддипломная практика) (8/9 семестр)	+												+		+	+	+				
Блок 3 «Государственная итоговая аттестация»																						
обяз	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

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

АКТ СОГЛАСОВАНИЯ
основной профессиональной образовательной программы высшего образования

Направление подготовки: **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**
Направленность (профиль): **Реклама и связи с общественностью**
Год приема: **2024**

По итогам обсуждения на Ученом совете факультета филологии и журналистики (протокол №3 от 14.03.2024 г.) планируемой к реализации в 2024–2025 учебном году образовательной программы высшего образования при участии представителей работодателей и представителей обучающихся на основе анализа требований, предъявляемым к выпускникам на рынке труда, предполагающим решение профессиональных задач следующих типов:

- организационный;
- авторский;
- маркетинговый;
- проектный

1. Принято решение о реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования в рамках направления подготовки **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

2. Сформулированы следующие профессиональные компетенции и индикаторы их достижения:

Код и наименование ПК	Индикаторы достижения ПК
ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных 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. ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии. ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и

	<p>отечественного опыта.</p> <p>ПК-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании.</p> <p>ПК-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в офлайн и онлайн среде.</p>
ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	<p>ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.</p> <p>ПК-3.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.</p> <p>ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.</p>
ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	<p>ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью.</p> <p>ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью.</p> <p>ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR-кампании при создании коммуникационного продукта.</p>

3. Определены дисциплины:

3.1. разработанные на основе результатов научных исследований, проводимых организацией:

- Проектирование медиапродукта;
- Эстетика медиакоммуникаций;
- Теория и практика массмедиа;
- Создание рекламного ролика;
- Основы научного исследования в медиакоммуникациях;
- Реклама и связи с общественностью в политике;
- Репутационный менеджмент;
- Экологический пиар;
- Разработка и выпуск рекламного продукта;
- Разработка и выпуск пиар-продукта;
- Неономинии в рекламном дискурсе;
- Сторителлинг в рекламе и пиаре;
- Литература и искусство в рекламе и связях с общественностью.

3.2. разработанные с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей:

- Маркетинг в рекламе и связях с общественностью;
- Менеджмент в рекламе и связях с общественностью;
- Организация работы отдела рекламы;
- Организация работа отдела по связям с общественностью;

- Копирайтинг;
- Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере;
- Фотография в рекламе;
- Антикризисный PR;
- Наружная реклама;
- Информационное пространство региона;
- Иммерсивная журналистика.

4. Установлено, что образовательная деятельность в форме практической подготовки в рамках образовательной программы организовывается при реализации

4.1. дисциплин:

- История России;
- Основы российской государственности;
- Реклама и связи с общественностью в политике;
- Брендинг;
- Репутационный менеджмент;
- Копирайтинг;
- Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью;
- Экологический пиар;
- Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере;
- Корпоративные медиакоммуникации в бизнесе и политике;
- Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью;
- Разработка и выпуск рекламного продукта;
- Консалтинг в связях с общественностью;
- Спичрайтинг;
- Реклама в интернете;
- Связи с общественностью в интернете;
- Технологии медиаторчества;
- Управление общественным мнением и СМИ;
- Фотография в рекламе;
- Нейминг в массовой коммуникации;
- Разработка и выпуск пиар-продукта;
- Антикризисный PR;
- Имиджеология в медийной деятельности;
- Рейтинги в рекламе и связях с общественностью;
- Неоминации в рекламном дискурсе

на базе кафедры журналистики и медиакоммуникаций; Управления по информационной политике и связям с общественностью АГУ им. В.Н. Татищева; АНО «Издательский дом “Каспий”»; ООО «Астраханский региональный канал».

4.2. практик:

- учебная (тип – профессионально-ознакомительная практика);
- производственная (тип – профессионально-творческая практика);
- производственная (тип – преддипломная практика)

на базе кафедры журналистики и медиакоммуникаций; Управления по информационной политике и связям с общественностью АГУ им. В.Н. Татищева; Агентства по делам молодежи Астраханской области; Администрации МО «Городской округ город Астрахань»; ООО Нижневолжские телекоммуникационные сети «Реал»; Министерства культуры и туризма Астраханской области; АНО «Центр аналитических исследований каспийской интеграции»; Ассоциации «Центр международных и общественно-политических исследований “Каспий-Евразия”»; Благотворительного фонда «В помощь мамам, попавшим в тяжелую жизненную

ситуацию святой преподобномученицы Елисаветы»; ГАУК АО «Астраханский государственный театр оперы и балета».

5. Обозначены профессиональные качества, которые должны быть сформированы у выпускника в результате освоения образовательной программы:

Содержание профессиональных качеств	Код и наименование компетенции
Коммуникабельность, умение выступать публично и поддерживать дискуссию, грамотная речь	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
Креативное мышление, нестандартный подход к созданию коммуникационных продуктов, внимание к деталям	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах
	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
Аналитические и научно-исследовательские навыки	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
	ПК-4. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью
Умение работать с кризисными ситуациями, эффективно взаимодействовать с другими людьми	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности
Умение работать с социальными медиа, профессиональное ведение аккаунтов на социальных платформах	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий
	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
Работа с текстами, подготовка материалов для публикации и выступлений	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Умение пользоваться инструментами мониторинга	ПК-3. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта
	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
	ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта
	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач
	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
	ПК-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

СОГЛАСОВАНО:
Руководитель ОПОП



Т.А. Тризно

Представители обучающихся:
Студент группы ДСВ-31


подпись

И.Ю. Тарсаков

Студент группы ДСВ-21


подпись

А.Б. Мешкова

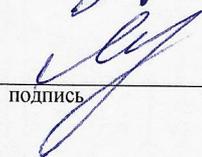
Представители работодателей:

Первый заместитель министра
государственного управления,
информационных технологий и связи
Астраханской области


подпись

Р.Ю. Ядыкин

Директор маркетингового агентства
«Микс»


подпись

М.О. Линько