АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Английский язык для бизнеса
уровень владения английским языком учебной группы
средний (Intermediate – B1)

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.1	Логически и грамматически верно строит устную и письменную речь на государственном и иностранном языках
		УК ОС-4.2	Соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-4.1; УК ОС-4.2	**на уровне знаний:** значения и правила употребления новых лексических единиц, связанных с профильно-ориентированными темами спецкурса (управление продажами, международный и цифровой маркетинг, управление торговым ассортиментом и цепями поставок) и проблематики речевого общения, с учетом выбранного профиля **на уровне умений:** **Коммуникативная компетенция: говорение** вести диалог, рассуждать на изученные темы на основе прочитанных/прослушанных текстов, описывать события, излагать факты, делать сообщения, связанные с тематикой выбранного профиля; **Коммуникативная компетенция: аудирование** относительно полно и точно понимать высказывание собеседника в распространенных ситуациях профессионального общения; понимать основное содержание и извлекать необходимую информацию из аутентичных аудио- и видеотекстов по пройденной тематике; **вная компетенция: чтение**

Документ подписан электронной подписью
Дата и время подписания: 09.01.2024 10:46
Сертификат: 035EB67F00C9B0B3944D3729A092636FFE
Владелец: Колодкин Владимир Александрович
Действителен с 29.11.2023 по 29.11.2024

	читать аутентичные тексты, связанные с тематикой выбранного профиля, используя основные виды чтения (ознакомительное, изучающее, поисковое/просмотровое) в зависимости от коммуникативной задачи; **Коммуникативная компетенция: письмо** составлять письменные материалы, необходимые для презентации результатов проектной деятельности; **на уровне навыков:** взаимодействовать с другими членами профессионального сообщества, воспринимать и учитывать мнение других, избегать конфликтных ситуаций, разрешать споры, проявлять терпимость в ситуациях, связанных с профессиональной деятельностью в области сферы услуг

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 9 з.е., 324 ак.ч., 243 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 192 ак.ч. (144 астр.ч.), в том числе 192 ак.ч. (144 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 92 ак.ч. (69 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Роль и задачи менеджмента	18			12		6	О, ПЗ
Тема 2	Основные концепции маркетинга	18			12		6	О, ПЗ
Тема 3	Инновации и изобретения	18			12		6	О, ПЗ
Тема 4	Исследования в маркетинге	18			12		6	О, ПЗ
Тема 5	Участие менеджмента в процессе производства. Финансовый менеджмент	18			12		6	О, ПЗ
Тема 6	Ценообразование	18			12		6	О, ПЗ
Тема 7	Специфика управления персоналом	18			12		6	О, ПЗ
Тема 8	Реклама и продвижение товара	18			12		6	О, ПЗ, ЛЗ, УЗ
Тема 9	Стратегические задачи менеджмента	18			12		6	О, ПЗ
Тема 10	Структура презентации	18			12		6	О, ПЗ
Тема 11	Подготовка к презентации	18			12		6	О, ПЗ
Тема 12	Создание эффективных слайдов презентации	18			12		6	О, ПЗ
Тема 13	Пояснения к функции определенного графика	18			12		6	О, ПЗ

	или диаграммы							
Тема 14	Суммирование всего представленного материала	18			12		6	О, ПЗ
Тема 15	Различные типы вопросов	16			12		4	О, ПЗ
Тема 16	Индивидуальная и групповая работа	16			12		4	О, ПЗ, ЛЗ, УЗ
Промежуточная аттестация		40						Зачет, экзамен
Всего		**324**			**192**		**92**	**40**

Примечание:

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), письменное задание (ДЗ), лексический зачет (ЛЗ); устный зачет (УЗ).*

Формы промежуточной аттестации:

Зачет проводится устно по всему пройденному материалу семестра. Экзамен проводится в виде презентации.

Основная литература:

1. Барановская Т.А., Ласточкина Т.И., Захарова А.В. Методическое пособие к учебнику «English for business studies» by Ian MacKenzie (3rd ed.) Под ред. Барановской Т.А., Ласточкиной Т.И., Захаровой А.В., Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=65969

2. Виноградова Н.Н. Английский язык для тех кто изучает менеджмент. Уровень С1. Часть 1. (Английский язык для изучающих менеджмент. В 2-х частях. Часть 1. ESP In-Depth: English for Management Studies. Part 1.: Учебное пособие Уровень С1). МГИМО, 2010. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=46340

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Английский язык для бизнеса
уровень владения английским языком учебной группы
выше среднего (Upper-intermediate – B2)

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.1	Логически и грамматически верно строит устную и письменную речь на государственном и иностранном языках
		УК ОС-4.2	Соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-4.1; УК ОС-4.2	**на уровне знаний:** значения и правила употребления новых лексических единиц, связанных с профильно-ориентированными темами спецкурса (управление продажами, международный и цифровой маркетинг, управление торговым ассортиментом и цепями поставок) и проблематики речевого общения с учетом выбранного профиля; основных методик анализа информации; терминологии, используемой при ведении переговоров, проведении собраний, публичных выступлений, вариантов условных конструкций, профессиональной лексики; значения новых лексических единиц, связанных с деловым общением и сферой бизнеса, в том числе оценочной лексики, реплик-клише речевого этикета, отражающих особенности бизнес-культуры стран изучаемого языка; единиц речевого этикета, используемых в ситуациях делового общения; лингвострановедческой информации, расширенной за счет новой тематики и сведений о различных видах деловой коммуникации в странах

	изучаемого языка **на уровне умений:** **говорение** - ориентироваться в ситуации делового общения: вступать в контакт и поддерживать беседу на иностранном языке; быстро и адекватно реагировать на высказывания деловых партнеров и использовать соответствующие речевые формы в ответ; вести различного рода диалоги (официального и/или неофициального характера), обмен мнениями, рассуждать на бизнес-темы на основе прочитанных/прослушанных текстов; описывать события, излагать факты, делать сообщения, связанные с тематикой своего профиля с использованием терминологии и профессиональной лексики **аудирование –** максимально полно и точно понимать высказывание собеседника в распространенных ситуациях делового общения; анализировать услышанное, понимать основное содержание и извлекать необходимую информацию из учебных и аутентичных аудио/видеотекстов бизнес-тематики; оценивать важность/новизну информации **чтение -** читать, анализировать и осмысливать учебные и аутентичные материалы (тексты, документы и т.п.), связанные со сферой бизнеса, используя основные виды чтения (ознакомительное, изучающее, поисковое/просмотровое) в зависимости от коммуникативной задачи, извлекая необходимую информацию **письменная речь –** составлять письменные тексты различного формата и для различных целей; готовить письменные материалы-основу для ведения переговоров, публичных выступлений различного характера (презентации, собрания) с использованием соответствующей лексики и стиля **на уровне навыков:** владеть навыками успешной межкультурной коммуникации; проявлять терпимость; эффективно взаимодействовать с другими членами профессионального сообщества (деловыми партнерами, коллегами, руководителями, подчиненными, клиентами); быстро и адекватно реагировать на изменения в бизнес-среде; воспринимать и учитывать мнение других, избегать конфликтных ситуаций, разрешать споры. Развернутый ответ студента должен представлять собой связное, логически последовательное сообщение на заданную тему, отражать знание пройденного материала

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 9 з.е., 324 ак.ч., 243 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 192 ак.ч. (144 астр.ч.), в том числе 192 ак.ч. (144 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 92 ак.ч. (69 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		

Тема 1	Роль и задачи менеджмента (Культурное разнообразие и деловое общение)	14			10		4	В, О, ДЗ
Тема 2	Основные концепции маркетинга (Культурное разнообразие и деловое общение)	14			10		4	О, Д
Тема 3	Инновации и изобретения (Культурное разнообразие и деловое общение)	14			10		4	О, РИ, ПЛТ, Эс
Тема 4	Этика маркетинга (Культурное разнообразие и деловое общение)	14			10		4	В, СД, О, СР, ПЛТ, Эс
Тема 5	Рыночная среда (Культурное разнообразие и деловое общение)	14			10		4	СД, В, ДЗ, ПЛТ
Тема 6	Юридические аспекты маркетинга (Деловое собрание)	14			10		4	СД, В, Д
Тема 7	Исследования в маркетинге (Деловое собрание)	14			10		4	СД, В, О, ДЗ
Тема 8	Участие менеджмента в процессе производства (Деловое собрание)	14			10		4	СД, В, Эс, ДИ
Тема 9	Финансовый менеджмент. Бюджетирование (Деловое собрание)	14			10		4	СД, В, О, РИ
Тема 10	Ценообразование (Деловое собрание)	14			10		4	СД, В, О, СР, РИ, ПЛТ
Тема 11	Специфика управления персоналом (Деловые переговоры)	14			10		4	СД, В, О, Д
Тема 12	Реклама и продвижение товара. ATL, BTL, TTL. Техники рекламирования (Деловые переговоры)	15			10		5	З, СД, О, РИ, ДЗ
Тема 13	Стратегические задачи менеджмента (Деловые переговоры)	15			10		5	О, ДЗ, РИ, СР, Эс
Тема 14	Управление связями с клиентами (Деловые переговоры)	15			10		5	В, О, ДЗ, ДИ, ПЛТ
Тема 15	Презентация для профессиональных и академических целей	15			10		5	П, К, О
Тема 16	Корпоративные ценности (Презентация	12			7		5	З, К, ДЗ, СР, О, Эс

	для профессиональных и академических целей)							
Тема 17	Связи с общественностью и лоббирование интересов (Презентация для профессиональных и академических целей)	12			7		5	В, ДИ, СР
Тема 18	Презентация для профессиональных и академических целей	12			7		5	СР
Тема 19	Кризис (Презентация для профессиональных и академических целей)	12			7		5	З, СР, О
Тема 20	Корпоративные блоги. Развитие цифровых технологий (Презентация для профессиональных и академических целей)	11			7		4	З, В, К, О, Эс
Тема 21	Презентация для профессиональных и академических целей	11			7		4	ПЛТ, ДИ, ДЗ, О
Промежуточная аттестация		40						Зачет, экзамен
Всего		**324**			**192**		**92**	**40**

Примечание:

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), вопрос (В), ролевая игра (РИ), домашнее задание (ДЗ), словарный диктант (СД), эссе (Э), дискуссия (Д), презентация (П), комментарии (К), самостоятельная работа (СР), письменный лексический тест (ПЛТ); деловая игра (ДИ), задание (З).*

Формы промежуточной аттестации:

Зачет проводится устно по пройденным темам семестра с использованием метода «монолог и ответы на вопросы на иностранном языке» с разъяснением используемых бизнес-терминов; а также устного или письменного перевода с русского на английский язык единиц активной тематической лексики (устойчивые выражения, фразы-клише). Экзамен проводится устным коллоквиумом по вопросам тем, пройденных за год и защита итоговой презентации по выбранной теме на английском языке.

Основная литература:

1. Барановская Т.А., Ласточкина Т.И., Захарова А.В. Методическое пособие к учебнику «English for business studies» by Ian MacKenzie (3rd ed.) Под ред. Барановской Т.А., Ласточкиной Т.И., Захаровой А.В., Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=65969

2. Виноградова Н.Н. Английский язык для тех кто изучает менеджмент. Уровень С1. Часть 1. (Английский язык для изучающих менеджмент. В 2-х частях. Часть 1. ESP In-Depth: English for Management Studies. Part 1.: Учебное пособие Уровень С1). МГИМО, 2010. http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=46340

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Самоменеджмент

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-6	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК ОС-6.1	Выстраивает образовательную траекторию с учетом приоритетных задач

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-6.1	**на уровне знаний:** как быть «цельной личностью»; какие стратегии персонального развития существуют; как действуют менеджеры и лидеры; как быть хорошим менеджером своей жизни; как работает коммуникация; как работает мотивация; как работает креативность; как принимать решения и управлять временем; как справляться со стрессом
	на уровне умений: разработка плана личного развития; делание самодиагностики; делание самопрезентации; описывание своих сильных, слабых сторон, уникальности; работа с идеями и персональной креативностью; дача обратной связи; рассказывание истории (storytelling); задача вопросов, которые способствуют хорошей коммуникации; постановка целей и принятие решений
	на уровне навыков: задача вопросов на понимание и уточнение ситуации; работа с идеями; делание самопрезентации

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 3 з.е., 108 ак.ч., 81 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 48 ак.ч. (36 астр.ч.), в том числе 32 ак.ч. (24 астр.ч.) лекций и 16 ак.ч. (12 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 56 ак.ч. (42 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Введение. Управление собой и эффективный менеджер, лидер, собственник 21-го века: цельная личность и к чему стремиться.	8	2		2		4	О
Тема 2	Менеджмент и самоменеджмент. Самодиагностика и как быть хорошим менеджером своей жизни.	11	4		1		6	Об
Тема 3	Менеджер: как делать презентации и самопрезентации.	8	2		2		4	О (Устная презентация)
Тема 4	Менеджмент и лидерство: стратегии персонального развития.	9	4		1		4	О
Тема 5	Менеджмент и лидерство: успех, уровни лидерства и ответственность.	10	2		2		6	Об
Тема 6	Стресс-менеджмент и как сказать нет.	7	2		1		4	О
Тема 7	Стратегии персонального развития: креативность и работа с идеями	11	4		1		6	Об
Тема 8	Стратегии персонального развития: анализ и управление знаниями, самодиагностика.	8	2		2		4	О
Тема 9	Управление самомотивацией и поведением.	9	4		1		4	О
Тема 10	Управление стрессом.	7	2		1		4	О
Тема 11	Эффективная коммуникация: как доносить информацию и давать обратную связь.	9	2		1		6	Об (Устная обратная связь в группе)
Тема 12	Эффективная коммуникация: управление сетями контактов и план персонального развития. Заключение: как я буду применять эти знания для	7	2		1		4	О

	своего персонального развития.							
Промежуточная аттестация (зачет)		4						4
Всего:		**108**	**32**		**16**		**56**	**4**

Примечание:
** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), обсуждение (Об).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет проводится в форме письменного тестирования и групповой защиты проекта в устной форме.

Основная литература:
1. Завьялова, Е.К. Психология достижения успеха: введение в коучинг [Электронный ресурс]: учеб. пособие — Электрон. дан. — Санкт-Петербург: СПбГУ, 2010. https://e.lanbook.com/book/47503

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Психология коммуникаций

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.1	Обосновывает собственную ролевую позицию перед коллективом

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-3.1	**на уровне знаний:** особенности и средства вербальной и невербальной коммуникации; основы конфликтного взаимодействия **на уровне умений:** проведение психологической диагностики коммуникативных умений и навыков; использование основных техник и приемов процессов говорения и слушания **на уровне навыков:** ведение деловых переговоров и межличностных бесед; разрешение различных конфликтных ситуаций в сфере взаимоотношений с коллегами и клиентами

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 2 з.е., 72 ак.ч., 54 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 34 ак.ч. (25.5 астр.ч.), в том числе 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) лекций и 16 ак.ч. (12 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 34 ак.ч. (25.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.	Форма

п/п		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Структура психологии общения	4	2				2	О
Тема 2	Общение как форма обмена информацией	8	2		2		4	Дис
Тема 3	Эффекты восприятия	8	2		2		4	Эс
Тема 4	Общение как форма взаимодействия	8	2		2		4	Эс
Тема 5	Разработка сценариев взаимодействия и определение их роли в межличностном общении	8	2		2		4	Реф
Тема 6	Основные элементы коммуникации	8	2		2		4	Дис
Тема 7	Виды, правила и техники слушания	8	2		2		4	Реф
Тема 8	Стрессовые ситуации и работа с ними	8	2		2		4	О
Тема 9	Психологические аспекты общения	8	2		2		4	Дис
Промежуточная аттестация (зачет)		4						4
Всего:		**72**	**18**		**16**		**34**	**4**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Реф); эссе (Эс), диспут (Дис).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет проводится в форме устного опроса.

Основная литература:

1. Болотова, А. К. Психология коммуникаций: монография / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков. — Москва: Высшая школа экономики, 2015. — 495 с. — ISBN 978-5-7598-1107-7. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/100146
2. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций: учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102134.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

BTL-технологии

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ПКс-2.1	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-2.1	**на уровне знаний:** отличия PR-технологий от PR-инструментов; разнообразия PR-технологии; **на уровне умений:** выбор и использование PR-технологии для решения различных коммуникационных задач; **на уровне навыков:** применение и адаптация PR-технологии в зависимости от цели коммуникационной кампаний; оценка эффективности применения PR-технологии

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 3 з.е., 108 ак.ч., 81 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 74 ак.ч. (55.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Связи с общественностью как форма управления коммуникационным процессов. Трансформация подходов к понимаю роли и функций PR в различных сферах.	20	2		2		16	Д, Эс
Тема 2	Понятие коммуникативной технологии. Разновидности PR-технологий. PR-инструменты. Каналы PR-коммуникации.	18	2		2		14	Д, К
Тема 3	Особенности использования PR-технологий в различных сферах: политика, бизнес, государство, образование, культура и др.	24	4		4		16	К
Тема 4	Креативные технологии в PR.	20	4		2		14	Д
Тема 5	Понятие репутации. PR-технологии поддержания и разрушения репутации (character assassination).	22	4		4		14	Д
Промежуточная аттестация (зачет)		4						4
Всего:		**108**	**16**		**14**		**74**	**4**

Примечание:
** – формы текущего контроля успеваемости: диспут(Д), кейс-стади (К), эссе (Эс).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет проводится в форме решения кейса и беседы по кейсу в устной форме.

Основная литература:
1. Антипов К.В. Основы рекламы. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14075
2. Исаенко Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/34533

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Визуальные коммуникации

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ПКс-3.1	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-3.1	**на уровне знаний:** характер и основные черты визуальной коммуникации, ее отличия от других видов коммуникации **на уровне умений:** использование визуальных коммуникаций для решения различных коммуникационных задач организации **на уровне навыков:** применение и адаптация визуальных коммуникаций в зависимости от специфики инфраструктуры организации и профиля ее внутренней и внешней коммуникации

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 3 з.е., 108 ак.ч., 81 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 74 ак.ч. (55.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Теоретические основания изучения визуальной коммуникации.	20	4		2		14	Ди
Тема 2	Фотография.	24	4		4		16	През
Тема 3	Кино и телевидение. Комиксы, карикатура и мультипликация.	18	2		2		14	Эс
Тема 4	Шрифты и графический дизайн.	20	2		2		16	През
Тема 5	Компьютерная графика. Инфографика.	22	4		4		14	Ди
Промежуточная аттестация (зачет)		4						4
Всего:		**108**	**16**		**14**		**74**	**4**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: диспут (Ди), презентация (През); эссе (Эс).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет проводится в виде устного ответа на вопросы билета.

Основная литература:
1. Шарков Ф.И. Коммуникология. Основы теории коммуникации. Дашков и К, 2014. http://www.iprbookshop.ru/4438
2. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Массовые коммуникации и медиапланирование Дашков и К, 2015 http://www.iprbookshop.ru/14342

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Продакт плейсмент в рекламе

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ПКс-3.2	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-3.2	**на уровне знаний:** основы дифференцирования медиаконтента; основы моделирования процессов создания рекламного продукта; основы органически встроенного в медиаконтент рекламного продукта; основные средства коммерческого размещения продукта в медиаконтент
		на уровне умений: моделирование и реализация проектов коммерческого размещения продукта в медиаконтент
		на уровне навыков: основные приемы создания и редактирования нативного (органического) рекламного продукта; понимание инновационных возможностей нативной рекламы для совершенствования взаимодействия с потребителями; эффективная реализация рекламных продуктов надлежащих свойств и качеств в различных отраслях

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 60 ак.ч. (45 астр.ч.), в том числе 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.) лекций и 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 80 ак.ч. (60 астр.ч.);

7.5 астрономических и соответствующих им 10 академических часов выделены на практическую подготовку.

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п\п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Основные понятия и определения понятия «продакт плейсмент (ПП)»	16	4		4		8	Эс
Тема 2	Введение в историю возникновения экранного искусства. Первые коммерческие размещения продукта в кино	14	2		2		10	Эс
Тема 3	Киноиндустрия в США	16	4		4		8	Эс
Тема 4	Развитие технологий продакт плейсмент в мировом кинематографе	14	2		2		10	Эс
Тема 5	Российский кинематограф и ПП	16	4		4		8	Эс
Тема 6	Технологии киномерчандайзинга, авторского права и продюсирования	16	2		4		10	Эс
Тема 7	Создание сценария и подготовка кадроплана интеграции продукта в медиаконент	16	4		4		8	Эс
Тема 8	Продакт плейсмент в различных типах медиаконтента: музыка, литература, видеоклипы, интернет-паблики, социальные сети и прочее	18	4		4		10	Эс
Тема 9	Совершенствование продакт плейсмента в современном медиаполе	14	4		2		8	Эс
Промежуточная аттестация (зачет)		4						4
Всего:		**144**	**30**		**30**		**80**	**4**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет проводится в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Современные технологии коммерческой рекламы: практическое пособие / П. А. Кузнецов. — Москва: Дашков и К, 2018. — 296 c. — ISBN 978-5-394-01068-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/85272.html
2. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — Москва: Дашков и К, 2017. — 512 c. — ISBN 978-5-394-02549-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/62445.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Сторителлинг

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-4	Способен контролировать и проводить оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ПКс-4.2	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) /трудовые /профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-4.2	**на уровне знаний:** основные принципы построения повествования в рекламе; ключевые понятия сторителлинга в разных медиа; разновидности рекламных текстов **на уровне умений:** анализ сторителлинга в разных медиа; выделение сильных и слабых мест в рекламе; сбор материала и переработка в повествование **на уровне навыков:** написание и комментирование рекламных текстов разных форматов

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 2 з.е., 72 ак.ч., 54 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 44 ак.ч. (33 астр.ч.), в том числе 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) лекций и 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 24 ак.ч. (18 астр.ч.).

7.5 астрономических и соответствующих им 10 академических часов выделены на практическую подготовку.

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Сторителлинг в медиа	16	4		6		6	О
Тема 2	Искусство общения с людьми	16	6		4		6	Эс
Тема 3	Ключевые элементы сторителлинга	18	6		6		6	Д
Тема 4	Интерпретация художественного текста	18	6		6		6	О
Промежуточная аттестация (зачет)		4						4
Всего:		**72**	**22**		**22**		**24**	**4**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), дискуссия (Д), опрос (О).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет проводится в письменной форме по вопросам билета.

Основная литература:
1. Уткин, А. Белое зеркало: учебник по интерактивному сторителлингу в кино, VR и иммерсивном театре / А. Уткин, Н. Покровская. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 240 с. — ISBN 978-5-9614-3043-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/94297.html
2. Симмонс, А. Сторителлинг. Как использовать силу историй / А. Симмонс; перевод с английского А. Анваера. — Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 272 с. — ISBN 978-5-91657-507-1. — Текст: электронный // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/62262

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Управление проектами

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ПКс-2.2	Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта) /трудовые /профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-2.2	**на уровне знаний:** ключевые понятия, цели и задачи управления проектами; роль и функции рекламы на различных этапах жизненного цикла проекта; области знаний, процессы и стандарты в рекламе; организационные структуры проектных организаций **на уровне умений:** идентификация проблем, возникающих на различных этапах жизненного цикла проекта и нахождение оптимальных решений на основе современных подходов к управлению проектами; управление содержанием, ресурсами, рисками, коммуникациями, стоимостью, качеством, расписанием проектов; формирование и развитие команды проекта **на уровне навыков:** использование инструментария проектного управления для достижения поставленных целей и задач проекта; выявление заинтересованных сторон и их интересов, необходимых для

		эффективной профессиональной деятельности в области управления проектами

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 36 ак.ч. (27 астр.ч.), в том числе 36 ак.ч. (27 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 176 ак.ч. (132 астр.ч.).

9 астрономических и соответствующих им 12 академических часов выделены на практическую подготовку.

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Основные понятия и история управления проектами	52			8		44	О
Тема 2	Области знаний и процессы проектного менеджмента	52			8		44	О
Тема 3	Организация управления проектами	54			10		44	О
Тема 4	Методы и инструменты управления проектами	54			10		44	К, През
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)		4						4
Всего:		**216**			**36**		**176**	**4**

Примечание:
** – форма текущего контроля успеваемости: опрос (О), кейс (К), презентация (През).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет с оценкой проводится устным ответом на вопросы билета и письменным решением задачи.

Основная литература:

1. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 383 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00436-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/449791
2. Зуб, А. Т. Управление проектами: учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 422 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00725-1. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/469084

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Ведение переговоров

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.2	Соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-4.2	**на уровне знаний:** ключевые теоретические постулаты сущности переговоров; теория и практика стадийности и этапности переговорного процесса, его психологического аспекта, а также техника, тактика и технология переговоров; специфика стиля ведения переговоров представителями различных регионов и сторон **на уровне умений:** установка и поддержка необходимых контактов и связей с иностранными партнерами по переговорам; планирование, подготовка, организация и ведение переговоров; ведение переговоров по вопросам социального партнерства и представление интересов организации в различных органах; умение выходить из сложных, тупиковых ситуаций во время переговоров; оперативная оценка позиции участников переговорного процесса и своевременное определение специфики ситуации **на уровне навыков:** владение техникой переговоров, методами продвижения своей позиции, способами воздействия на партнера и нейтрализации воздействия с его стороны

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 5 з.е., 180 ак.ч., 135 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) лекций и 12 ак.ч. (9 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 146 ак.ч. (109.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п\п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Основы переговорного процесса	42	4		2		36	О
Тема 2	Планирование, подготовка и организация переговоров	44	4		4		36	Эс, О
Тема 3	Переговоры. Итоговый этап и национальные особенности ведения переговоров	44	4		4		36	Ди, О
Тема 4	Переговоры с клиентами	46	6		2		38	Эс, КР
Промежуточная аттестация (зачет)		4						4
Всего:		**180**	**18**		**12**		**146**	**4**

Примечание:

**- формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), диспут (Ди), опрос (О), контрольная работа (КР).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет проводится в устной форме по вопросам билета.

Основная литература:

1. Лебедева, М. М. Технология ведения переговоров: учебное пособие / М. М. Лебедева. — Москва: Аспект Пресс, 2010. — 192 с. — ISBN 978-5-7567-0571-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/8912.html

2. Ведение переговоров: учебное пособие (практикум) / составители В. Н. Садченко, Т. Б. Легегина. — Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. — 176 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/92678.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Информационно-аналитический семинар

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-1	Способен применять критический анализ информации и системный подход для решения задач обоснования собственной гражданской и мировоззренческой позиции	УК ОС-1.1	Анализирует информацию и решает задачи

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-1.1	**на уровне знаний:** ключевые понятия, правила организации и базовые схемы реализации информационно-аналитической работы; характерные ошибки при проведении работ **на уровне умений:** составление и описание модели проведения конкретной работы; проведение аналитической обработки текстовой информации по различным параметрам; подготовка итоговых информационных и аналитических текстов, а также их редактирование **на уровне навыков:** использование современных инструментов, применяемых при проведении работы, включая как общедоступные информационно-поисковые и аналитические системы, так и профессиональные (предоставляющие ограниченный платный доступ к своим ресурсам)

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 2 з.е., 72 ак.ч., 54 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 16 ак.ч. (12 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 52 ак.ч. (39 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Информация в современном мире	10			2		8	ПЗ
Тема 2	Поиск информации – общие подходы	10			2		8	ПЗ
Тема 3	Анализ информации: методы и приемы	14			2		12	ПЗ, П
Тема 4	Моделирование информационно-аналитических исследований	10			2		8	ПЗ
Тема 5	Профессиональные системы поиска	12			4		8	ПЗ
Тема 6	Медиа-статистика как упрощенный вариант контент-анализа материалов СМИ	12			4		8	ПЗ
Промежуточная аттестация (зачет с оценкой)		4						4
Всего:		**72**			**16**		**52**	**4**

Примечание:
** – формы текущего контроля успеваемости: практическое задание (ПЗ), презентация (П).*

Форма промежуточной аттестации:
Зачет с оценкой проводится в устной форме монологическим ответом по предложенным темам (вопросам).

Основная литература:
1. Громакова, В. Г. Информационно-аналитическое обеспечение в конфликтологии: учебное пособие / В. Г. Громакова. — Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-9275-2977-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/87715.html
2. Унижаев, Н. В. Информационно-аналитическое обеспечение безопасности организации: учебное пособие для вузов и для дополнительного образования / Н. В. Унижаев. — Санкт-Петербург: Интермедия, 2018. — 408 с. — ISBN 978-5-4383-0158-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: http://www.iprbookshop.ru/73642.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-этика

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК ОС-5.1	Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с людьми

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-5.1	**на уровне знаний:** этика сферы бизнеса и услуг; управленческая этика; этика партнерских отношений; эстетика обслуживания **на уровне умений:** применение и соблюдение требований современного этикета; **на уровне навыков:** соблюдение этического кодекса компании

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 3 з.е., 108 ак.ч., 81 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 34 ак.ч. (25.5 астр.ч.), в том числе 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) лекций и 16 ак.ч. (12 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 38 ак.ч. (28.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Профессиональная этика как прикладной, практический раздел этики (понятие, сущность, функции).	16	2		4		10	Диспут
Тема 2	Структура профессиональной этики.	16	4		4		8	Диспут
Тема 3	Практические подходы к оптимизации деловой этики в профессиональном сообществе.	20	6		4		10	Диспут
Тема 4	Профессиональный этикет в типовых ситуациях делового общения и взаимодействия на национальном уровне.	20	6		4		10	Реферат
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**108**	**18**		**16**		**38**	**36**

Форма промежуточной аттестации:
Экзамен проводится в устной форме в виде опроса.

Основная литература:

1. Виговская М.Е. Профессиональная этика и этикет. Дашков и К, 2014. http://www.iprbookshop.ru/19990
2. Гуревич П.С. Этика. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/8542

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Композиция

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-5	Способен организовывать работы по созданию и редактированию контента	ПКс-5.1	Подготовка заданий для исполнителей

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.013 С Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-5.1	**на уровне знаний:** пространственные образы предметов, процессов и явлений (объемно-пространственное мышление); основные правила, приёмы и средства композиции; порядок и методы работы над композицией **на уровне умений:** применение навыков рисунка, живописи, перспективы, пластической анатомии; самостоятельный выбор сюжета для задуманной идеи; использование основных приемов и методов художественно-графических работ для подготовки макетов **на уровне навыков:** владение методиками сбора, анализа, синтеза и интерпретации явлений и образов окружающей действительности; технические и технологические приёмы композиционного процесса при создании художественного произведения; владение различными художественными материалами и применение в соответствии с замыслом

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 3 з.е., 108 ак.ч., 81 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 34 ак.ч. (25.5 астр.ч.), в том числе 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) лекций и 16 ак.ч. (12 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 38 ак.ч. (28.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Общие сведения о композиции	6	2		2		2	ПР
Тема 2	Основы формообразования	10	2		2		6	ПР
Тема 3	Средства композиции	10	2		2		6	ПР
Тема 4	Цвет в композиции	10	2		2		6	ПР
Тема 5	Фронтально-пространственная композиция	10	2		2		6	ПР
Тема 6	Объемно-пространственная композиция	12	4		2		6	ПР
Тема 7	Глубинно-пространственная композиция	14	4		4		6	ПР
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**108**	**18**		**16**		**38**	**36**

Примечание:

** – формы текущего контроля успеваемости: практическая работа (ПР).*

Форма промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена (устно).

Основная литература:

1. Трофимов В.А. Основы композиции [Электронный ресурс]: учебное пособие / В.А. Трофимов, Л.П. Шарок. — Электрон. текстовые данные. — СПб.: Университет ИТМО, 2009. — 41 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/67478.html

2. Бадян, В.Е. Основы композиции: учебное пособие для вузов / В.Е. Бадян, В.И. Денисенко. — Москва: Академический Проект, Трикста, 2017. — 225 с. — ISBN 978-5-8291-2506-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/60032.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Координация мероприятий

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-5	Способен организовывать работы по созданию и редактированию контента	ПКс-5.1	Подготовка заданий для исполнителей

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.013 С Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-5.1	**на уровне знаний:** основные понятия координации мероприятий; принципы и правила контроля мероприятий при их реализации **на уровне умений:** диагностирование ситуации **на уровне навыков:** применение методов координации мероприятия в различных ситуациях

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 3 з.е., 108 ак.ч., 81 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 34 ак.ч. (25.5 астр.ч.), в том числе 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) лекций и 16 ак.ч. (12 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 38 ак.ч. (28.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Сущность координации и	10	2		2		6	О

	контроля мероприятия							
Тема 2	Координация и логистика мероприятия	14	4		2		8	О
Тема 3	Работа руководителя и персонала во время мероприятия	16	4		4		8	О
Тема 4	Управленческий контроль мероприятия	16	4		4		8	О
Тема 5	Работа руководителя и персонала после окончания мероприятия	16	4		4		8	О
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**108**	**18**		**16**		**38**	**36**

Примечание:
** – форма текущего контроля успеваемости: опрос (О).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена (устно).

Основная литература:
1. Комарова, Л. К. Основы выставочной деятельности: учебное пособие для вузов / Л. К. Комарова; ответственный редактор В. П. Нехорошков. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 194 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06841-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/471502
2. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебное пособие для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 340 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06590-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473366

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Публичные выступления и спичрайтинг

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ПКс-2.1	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-2.1	**на уровне знаний:** общие принципы стилистической организации письменной речи; основные приемы создания текста публичного выступления **на уровне умений:** проведение анализа комплексного текста; ориентировка в речевой ситуации в условиях активизации публичных коммуникаций **на уровне навыков:** самостоятельное мышление в соответствии с правилами логики и техники мыслительной деятельности; поиск нужной информации в печатных текстах, Интернете, обработка информации, содержащейся в текстах

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 3 з.е., 108 ак.ч., 81 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 34 ак.ч. (25.5 астр.ч.), в том числе 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) лекций и 16 ак.ч. (12 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 38 ак.ч. (28.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Речевая практика современного общества	16	4		4		8	О
Тема 2	Организация публичного выступления	18	4		4		10	През
Тема 3	Средства управления вниманием аудитории	20	6		4		10	О
Тема 4	Риторические навыки PR-специалиста	18	4		4		10	О
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**108**	**18**		**16**		**38**	**36**

Примечание:
** – форма текущего контроля успеваемости: опрос (О), презентация (През).*

Форма промежуточной аттестации:
Экзамен проводится устным ответом на вопросы билета.

Основная литература:

1. Панфилова, А. А. Подготовка к публичному выступлению: методические рекомендации для студентов / А. А. Панфилова, В. Ю. Питюков. — Химки: Российская международная академия туризма, 2013. — 28 с. — ISBN 978-5-905783-17-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/51874.html
2. Воронец, М. В. Техника публичных выступлений: учебное пособие / М. В. Воронец. — Барнаул: Алтайский государственный педагогический университет, 2020. — 151 с. — ISBN 978-5-88210-975-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/108864.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекламный менеджмент

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-4	Способен контролировать и проводить оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ПКс-4.1	Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-4.1	**на уровне знаний:** средств и способов, при помощи которых создается рекламный продукт различных отраслевых предприятий **на уровне умений:** моделирование комплекса взаимодействий основных участников процесса конструирования рекламы **на уровне навыков:** реализация основных подходов к критической оценке результатов конструирования рекламы посредством построения системы показателей оценки

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Классификация и основные элементы средств рекламы, выбор средств рекламы	10	1		1		8	Д, Эс
Тема 2	Конструирование текста: основные этапы и элементы, особенности конструирования текста исходя из задач рекламы и специфики продвигаемых товаров/услуг	10	1		1		8	Д, Эс
Тема 3	Конструирование цвета, времени и пространства в рекламе. Мимика и жесты в рекламе. Конструирование печатной рекламы	13	2		1		10	Д, Эс
Тема 4	Звук в рекламе и конструирование аудиорекламы	11	2		1		8	Д, Эс
Тема 5	Конструирование видеорекламы	12	2		2		8	Д, Эс
Тема 6	Конструирование наружной рекламы. Конструирование нестандартной рекламы	14	2		2		10	Д, Эс
Тема 7	Конструирование рекламных сувениров, прямой почтовой рекламы, выставок и ярмарок	12	2		2		8	Д, Эс
Тема 8	Конструирование рекламы магазина и других торговых точек. Конструирование интерьера магазина	12	2		2		8	Д, Эс
Тема 9	Конструирование цифровых коммуникаций	14	2		2		10	Д, Эс, Т
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Примечание:
** - форма текущего контроля успеваемости: диспут (Д), эссе (Эс), тестирование (Т).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена в виде устного собеседования.

Основная литература:
1. Синяева И.М. Интегрированные маркетинговые коммуникации. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. http://www.iprbookshop.ru/10522
2. Резепов И.Ш. Психология рекламы и PR. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. http://www.iprbookshop.ru/6001

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Шрифтовой дизайн

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-6	Способен выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК ОС-6.2	Обосновывает траекторию личностного и профессионального роста, основываясь на методах самоменеджмента и самоорганизации (под поставленную задачу)

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-6.2	**на уровне знаний:** сущность основных закономерностей геометрических построений и преобразований, видов проекций, теории теней и отражения, видов взаимного расположения двух прямых, прямой и плоскости и двух плоскостей; способы построения проекций многогранников и тел вращения; виды и способы построения аксонометрии и перспективы **на уровне умений:** выполнение чертежей разверток сложных геометрических форм; использование способов проецирования: центральное и параллельное, способы построения точки, прямой и плоскости; решение проекционных, позиционных и метрических задач в ортогональных проекциях; выполнение чертежей разверток сложных геометрических форм, построение аксонометрических и перспективных проекций; построение теней в ортогональных проекциях **на уровне навыков:** выявление взаимосвязи гарнитуры шрифта и содержания текста; использование полученных навыков в решении шрифтовой композиции; соотнесение графической и конструктивной основы решения текста с его характерными особенностями и перцептивными ожиданиями адресата; нахождение оригинальных решений при сохранении стилевого единства

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Эволюция рукописного шрифта	22	2		2		18	КЗ
Тема 2	Эволюция печатного шрифта	26	4		2		20	КЗ
Тема 3	Шрифт как инструмент	28	4		4		20	КЗ
Тема 4	Проектирование шрифта	32	6		6		20	КЗ
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Примечание:
**- форма текущего контроля успеваемости: контрольное задание (КЗ).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена: выполнение практического задания и устного ответа на вопрос билета.

Основная литература:

1. Основы шрифтовой графики [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие /. — Электрон. текстовые данные. — Комсомольск-на-Амуре: Амурский гуманитарно-педагогический государственный университет, 2011. — 104 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22278.html
2. Шрифтовая графика в архитектуре и градостроительстве [Электронный ресурс]: методические указания /. — Электрон. текстовые данные. — Самара: Самарский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 64 с. — 2227-8397. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22631.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Техническое обеспечение мероприятия

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ПКс-3.1	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-3.1	**на уровне знаний:** технология организации и проведение массового и зрелищного мероприятия; взаимосвязь потребностей и возможностей потребителя
		на уровне умений: обеспечение координации действий со всеми функциональными подразделениями предприятий; анализ основных направлений и проблем взаимодействия предприятия и потребителей
		на уровне навыков: разрешение проблемных ситуаций; организация контактной зоны предприятия

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п\п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
1	Возможности новых медийных технологий	18	2		2		14	О
2	Ресурсные требования к применению интернет-технологий	22	4		2		16	О
3	Тенденции и перспективы развития медийных технологий в сфере PR	24	4		4		16	О
4	Профессиональная эксплуатация оборудования	24	4		4		16	О
5	Эффективность применения современного оборудования при обеспечении мероприятия	20	2		2		16	О, Эс
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), опрос (О).*

Форма промежуточной аттестации:
Экзамен проводится в виде устного опроса с разбором типовых ситуаций.

Основная литература:
1. Алешин, А. П. Техническое обеспечение безопасности бизнеса (2-е издание) / А. П. Алешин. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 160 c. — ISBN 978-5-394-01863-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/57143.html
2. Информационно-техническое обеспечение рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / составители А. В. Смирнов. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 68 c. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102907.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Конфликтология

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ПКс-3.1	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-3.1	**на уровне знаний:** особенность психики человека и факторы, влияющие на его поведение в конфликте; природа конфликта, научные основы междисциплинарного подхода к изучению конфликта; причины различных социальных конфликтов и особенности их протекания; закономерности конфликтного и неконфликтного поведения; история медиации как метода альтернативного разрешения споров; возможность управления нестандартной ситуацией и оказание позитивного влияния на окружающих; особенность темперамента и характера человека и их влияние на поведение в конфликтной ситуации **на уровне умений:** распознавание модели поведения, закономерно приводящее партнеров по общению к эскалации противоборства; прогнозирование развития внутри- и межкорпоративных конфликтных ситуаций;

		предупреждение появления нежелательных конфликтов; выбор наиболее конструктивной тактики поведения в нестандартной ситуации **на уровне навыков:** самостоятельное освоение новых знаний, методов предупреждения и конструктивного разрешения конфликтов в профессиональной деятельности; владение техниками управления конфликтами в профессиональной деятельности

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Конфликтология как наука	8	1		1		6	
Тема 2	Типология конфликтов и причины их возникновения	8	1		1		6	Диспут
Тема 3	Методы исследования конфликтов	8	1		1		6	
Тема 4	Структура конфликта	8	1		1		6	
Тема 5	Функции и динамика конфликтов	8	1		1		6	
Тема 6	Социальные конфликты	8	1		1		6	Круглый стол
Тема 7	Внутриличностные конфликты	8	1		1		6	
Тема 8	Межличностные конфликты	8	1		1		6	Диспут
Тема 9	Прогнозирование и профилактика конфликтов	9	2		1		6	
Тема 10	Основы предупреждения конфликтов	11	2		1		8	Опрос
Тема 11	Конструктивное разрешение конфликтов	12	2		2		8	
Тема 12	Урегулирование конфликтов с	12	2		2		8	Деловая игра

	привлечением третьей стороны. Основы медиации							
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена: в виде устного собеседования.

Основная литература:

1. Зеленков М.Ю. Конфликтология. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/10934
2. Афанасьева Е.А. Основы конфликтологии. Вузовское образование, 2014. http://www.iprbookshop.ru/19276

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация работы рекламного агентства

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ПКс-3.1	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-3.1	**на уровне знаний:** различные виды ресурсного обеспечения работы рекламного агентства; структура и основные функциональные подразделения рекламного агентства **на уровне умений:** проведение системного анализа возникающего в работе отдела рекламы проблем и принятие верного управленческого решения **на уровне навыков:** организация работы рекламного агентства и его взаимодействие с другими субъектами рекламного рынка в соответствии с поставленными маркетинговыми задачами

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 12 ак.ч. (9 астр.ч.) лекций и 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Маркетинг как основа деятельности рекламного агентства	20	2		4		14	Эс
Тема 2	Отношения между рекламным агентством и средствами массовой информации	16	2		2		12	
Тема 3	Организация рекламного агентства	20	2		4		14	О
Тема 4	Управление творческим отделом	20	2		4		14	Д
Тема 5	Digital-коммуникации	16	2		2		12	
Тема 6	Развитие бизнеса рекламного агентства	16	2		2		12	
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**12**		**18**		**78**	**36**

Примечание:
** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), эссе (Эс), диспут (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена: в виде устного опроса.

Основная литература:
1. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства: учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин. — Москва: Дашков и К, 2017. — 512 с. — ISBN 978-5-394-02549-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/62445.html
2. Антипов К.В. Основы рекламы. Дашков и К, 2015. http://www.iprbookshop.ru/14075

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы фотографии

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-5	Способен организовывать работы по созданию и редактированию контента	ПКс-5.1	Подготовка заданий для исполнителей

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.013 С Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-5.1	**на уровне знаний**: основные формы организации изобразительного пространства при проведении фотосъемки **на уровне умений**: нахождение основных тоновых, текстурных, цветовых решений в фото изображении натуры **на уровне навыков**: выполнение основных работ по фиксации фотоизображения с использованием специальных технических средств

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22,5 астр.ч.), в том числе 12 ак.ч. (9 астр.ч.) лекций и 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58,5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости*,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам	СРО	

			учебных занятий					промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Вводная часть. Технические обзоры	16	2		2		12	О
Тема 2	Тональность фотографии	18	2		4		12	О
Тема 3	Свет в фотографии	18	2		2		14	О, КР
Тема 4	Планы в фотографии. Масштабы и соотношения планов. Резкость. Глубина резкости	20	2		4		14	О
Тема 5	Точка съемки. Направление в пространстве. Перспектива. Ракурс	18	2		4		12	О
Тема 6	Фон и объект. Динамика и статика. Ритм и хаос. Контрасты на снимке	18	2		2		14	О, КР
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**12**		**18**		**78**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), контрольная работа (КР).*

Форма промежуточной аттестации:
Экзамен проводится в форме защиты практической работы и ответов на теоретические вопросы.

Основная литература:
1. Молочков, В. П. Основы цифровой фотографии / В. П. Молочков. — 3-е изд. — Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 187 c. — ISBN 978-5-4486-0504-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/79712.html
2. Сединин, В. И. Основы современной цифровой фотографии: учебное пособие / В. И. Сединин, Г. И. Журов, Е. М. Погребняк. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. — 220 c. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/69548.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование команды мероприятия

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ПКс-1.1	Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-1.1	**на уровне знаний**: теоретические основы формирования групп, групповой динамики и технологии создания и развития команд мероприятия **на уровне умений**: управление динамикой, мотивацией и сплоченностью группы **на уровне навыков**: конструктивное межличностное взаимодействие в команде и создание ресурса положительных эмоций для эффективной работы в команде

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22,5 астр.ч.), в том числе 12 ак.ч. (9 астр.ч.) лекций и 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58,5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости*,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам	СРО	

			учебных занятий					промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Общее представление о группах и командах	36	4		6		26	О
Тема 2	Создание команды и распределение ролей	36	4		6		26	Д
Тема 3	Управление развитием команды мероприятия	36	4		6		26	Эс
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**12**		**18**		**78**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), диспут (Д), эссе (Эс).*

Форма промежуточной аттестации:
Экзамен проводится устным ответом на вопросы билета.

Основная литература:
1. Корниенко, В. И. Командообразование: учебник для вузов / В. И. Корниенко. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 291 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14723-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/479367
2. Петров, А. Ю. Soft skills современного менеджера: командообразование и лидерские навыки: учебное пособие / А. Ю. Петров, А. В. Махароблидзе; под редакцией Л. С. Ружанской. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2017. — 188 с. — ISBN 978-5-7996-2258-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/107017.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Взаимодействие со СМИ

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ПКс-2.1	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-2.1	**на уровне знаний:** основные направления деятельности пресс-службы, ее этапы, виды, функции, цели и задачи работы пресс-службы; технологии, формы и методы работы пресс-службы, специфика и структура пресс-службы **на уровне умений:** создание текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ, сознание опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдение основных требований информационной безопасности **на уровне навыков:** владение принципами взаимодействия со СМИ; работа в пресс-службе

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5

астр.ч.), в том числе 12 ак.ч. (9 астр.ч.) лекций и 18 ак.ч. (13.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Инфраструктура средств массовой информации. Специфика работы пресс-службы	14	2		2		10	О, Д, ПР
Тема 2	Основные методы и формы информационной деятельности пресс-службы	14	2		2		10	О, Д, ПР
Тема 3	Специфика пресс-службы Деятельность пресс-службы в организации	18	2		4		12	О, Д, ПР
Тема 4	Планирование и специфика информационного освещения мероприятий	16	2		2		12	О, Д, ПР
Тема 5	Планирование и организация специальных мероприятий пресс-службой для представителей СМИ	18	2		4		12	О, Д, ПР
Тема 6	Условия работы пресс-службы в экстремальном режиме	16	2		2		12	О, Д, ПР
Тема 7	Тематические аспекты здорового образа жизни в СМИ	12			2		10	О, Д, ПР
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**12**		**18**		**78**	**36**

Примечание:
** – форма текущего контроля успеваемости: опрос (О), проектная работа (ПР), доклад (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Экзамен проводится устным ответом на вопросы билета.

Основная литература:

1. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба: учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/474720
2. Страшнов, С. Л. Система СМИ: просветительство и журналистика: учебное пособие для вузов / С. Л. Страшнов. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 173 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-12557-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476529

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Корпоративная социальная ответственность брендов

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ПКс-2.1	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-2.1	**на уровне знаний**: понятие ответственности, источники и подходы к ее классификации, основные характеристики; сущность, содержание и функции корпоративной социальной ответственности **на уровне умений**: анализ корпоративной социальной отчетности в российских компаниях с учетом международных стандартов социальной ответственности бизнеса **на уровне навыков:** анализ системы корпоративной социальной ответственности в организации; анализ стейкхолдеров организации; разработка и анализ программ корпоративной социальной ответственности

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий			СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР	
Тема 1	Понятие и история становления концепции корпоративной социальной ответственности	10	2			8	КР
Тема 2	Источники и атрибуты корпоративной социальной ответственности	14	2		2	10	КР
Тема 3	Типология корпоративной социальной ответственности	14	2		2	10	КР
Тема 4	Система и механизмы реализации корпоративной социальной ответственности	14	2		2	10	КР
Тема 5	Виды, формы и инструменты внешней корпоративной социальной ответственности	14	2		2	10	КР
Тема 6	Виды и формы внутренней корпоративной социальной ответственности	14	2		2	10	КР
Тема 7	Корпоративная социальная ответственность как фактор устойчивого развития и источник конкурентных преимуществ организации	14	2		2	10	КР
Тема 8	Оценка эффективности корпоративной социальной	14	2		2	10	КР

ответственности							
Промежуточная аттестация (экзамен)	36						36
Всего:	**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Примечание:
** - форма текущего контроля успеваемости: контрольная работа (КР).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме письменного экзамена.

Основная литература:

1. Социальная ответственность менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров / под ред. В. Я. Горфинкеля, А. И. Базилевича. – Электрон. текстовые дан. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 287 с. – Режим доступа : http://www.iprbookshop.ru/16439
2. Шоба В.А. Корпоративная социальная ответственность [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / В.А. Шоба. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014. — 108 с. — 978-5-7782-2397-4. — Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/44949.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Копирайтинг

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-5	Способен организовывать работы по созданию и редактированию контента	ПКс-5.2	Координация работы по созданию и редактированию контента

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.013 С Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-5.2	**на уровне знаний**: основные теоретические и методологические положения процесса создания креативного продукта; **на уровне умений**: создание и оценка креатива по его качественным и количественным характеристикам; **на уровне навыков:** использование новых коммуникационных технологий для создания креативного продукта

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего
		Всего	Контактная работа	СРО	

			обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Копирайтинг как творческий процесс	52	8		6		38	Эс, ТЗ
Тема 2	Оценка качества работы копирайтера и креатива	56	8		8		40	АСЗ
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Примечание:

** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), творческое задание (ТЗ), аналитико-синтетическое задание (АСЗ).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме письменного экзамена.

Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / П. А. Кузнецов. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 132 с. — ISBN 978-5-394-02789-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85382.html
2. Бердышев С.Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. http://www.iprbookshop.ru/5980

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Режиссура мероприятий

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-6	Способен управлять информацией из различных источников	ПКс-6.1	Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.013 С Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-6.1	**на уровне знаний**: основные положения теории и практики режиссуры; сущность режиссерского замысла **на уровне умений**: разработка сценария мероприятия, осуществление его постановки **на уровне навыков:** работа с разнородным и разножанровым материалом

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Постановочный план и его структура	12	2		2		8	Эс, О, Д
Тема 2	Режиссерский прием как средство раскрытия темы	14	2		2		10	Эс, О, Д
Тема 3	Монтаж как творческий метод режиссуры	16	2		2		12	Эс, О, Д
Тема 4	Исполнитель зрелища	16	2		2		12	Эс, О, Д
Тема 5	Приемы активизации аудитории	16	2		2		12	Эс, О, Д
Тема 6	Режиссура программ	18	4		2		12	Эс, О, Д
Тема 7	Особенности режиссуры	16	2		2		12	Эс, О, Д
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), опрос (О), дискуссия (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме письменного экзамена.

Основная литература:

1. Анульев, С. И. Сценическое пространство и выразительные средства режиссуры: учебное пособие / С. И. Анульев. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2010. — 106 с. — ISBN 978-5-8154-0181-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/22106.html
2. Литвинова, М. В. Режиссура поэтического театра. Музыкально-поэтическое представление: учебно-методическое пособие / М. В. Литвинова, И. В. Голиусова. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 190 с. — ISBN 978-5-4486-0703-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/83812.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Организация работы пресс-службы

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.2	Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-3.2	**на уровне знаний**: принципы планирования и организации деятельности пресс-служб; этические нормы деятельности сотрудников пресс-служб **на уровне умений**: подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ; планирование и проведение мероприятий для прессы **на уровне навыков:** работа пресс-секретаря

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 30 ак.ч. (22.5 астр.ч.), в том числе 16 ак.ч. (12 астр.ч.) лекций и 14 ак.ч. (10.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 78 ак.ч. (58.5 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости*,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам	СРО	

			учебных занятий					промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Планирование и организация работы пресс-службы	26	4		4		18	Эс, О, Д
Тема 2	Подготовка текстовых и аудиовизуальных материалов для публикации в СМИ	30	6		4		20	Эс, О, Д
Тема 3	Подготовка и проведение пресс-конференций, брифингов и пресс-туров	28	4		4		20	Эс, О, Д
Тема 4	Деятельность пресс-службы в условиях кризиса	24	2		2		20	Эс, О, Д
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**16**		**14**		**78**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), опрос (О), дискуссия (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме письменного экзамена.

Основная литература:

1. Горяева, Е.Г. Организация работы отдела по связям с общественностью: учебное пособие / Е.Г. Горяева. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2009. — 80 с. — ISBN 978-5-7782-1244-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/44976.html
2. Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью: учебное пособие / составители А.В. Ларина. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 96 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102938.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Стратегия рекламной компании

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ПКс-2.2	Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-2.2	**на уровне знаний:** основные направления стратегии рекламной компании; формулировки стратегии **на уровне умений:** определение сильных и слабых сторон (SWOT-анализ); выработка рекомендаций для проведения рекламной компании **на уровне навыков:** проведение алгоритма процесса разработки рекламной компании

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 44 ак.ч. (33 астр.ч.), в том числе 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) лекций и 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 64 ак.ч. (48 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости*,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем	СРО	

			по видам учебных занятий					промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Рекламные компании: сущность и содержание	14	2		2		10	Д, Эс
Тема 2	Анализ ситуации в ходе рекламной компании	18	4		4		10	Д, Эс
Тема 3	Стратегическое планирование рекламной компании	20	4		4		12	Д, Эс
Тема 4	Целевая аудитория рекламной компании	18	4		4		10	Д, Эс
Тема 5	Тактическое планирование рекламной компании	20	4		4		12	Д, Эс
Тема 6	Взаимодействие со СМИ	18	4		4		10	Д, Эс
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**22**		**22**		**64**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: дискуссия (Д), эссе (Эс).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:
1. Карпова, С. В. Рекламное дело: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 431 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14532-8. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477847
2. Малькевич, А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью: учебное пособие для вузов / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 109 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473382

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы режиссуры

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-3	Способен вести себя в соответствии с требованиями ролевой позиции в командной работе	УК ОС-3.2	Обосновывает адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-3.2	**на уровне знаний:** принципы организации видео-, аудио- и других экранных форм изобразительности; принципы влияния художественно-образной выразительности на структуру изображения; понятие художественно-образной выразительности как основного принципа в выполнении заданий **на уровне умений:** владение методами визуализации художественно-образных характеристик; владение способами формирования композиционного образа на основе заданных характеристик; **на уровне навыков:** практическая реализация художественно-образного языка по заданным требованиям; использование возможностей и разнообразие технических приемов в формировании художественного образа

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 44 ак.ч. (33 астр.ч.), в том числе 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) лекций и 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 64 ак.ч. (48 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Введение в курс основ режиссуры.	14	2		2		10	О, Реф
Тема 2	Структура сценария.	20	4		4		12	О, Реф
Тема 3	Написание сценария – видеоарта на свободную тему.	20	4		4		12	О, Реф
Тема 4	Конструкция сценария.	18	4		4		10	О, Реф
Тема 5	Поиски экранной изобразительности.	18	4		4		10	О, Реф
Тема 6	Тема – «Картина художника».	18	4		4		10	О, Реф
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**22**		**22**		**64**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), реферат (Р).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:

1. Станиславский, К. С. Режиссура и актерское мастерство. Избранные работы / К. С. Станиславский. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 355 с. — (Антология мысли). — ISBN 978-5-534-07266-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/437733
2. Станиславский, К. С. Работа актера над собой в 2 ч. Часть 1 / К. С. Станиславский. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 171 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07313-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/453233

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Онлайн мероприятия

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-3	Способен организовывать мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции СМИ	ПКс-3.2	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-3.2	**на уровне знаний:** тонкости организации проведения мероприятия **на уровне умений:** составление концепции мероприятия, подготовка сценария **на уровне навыков:** создание контента: видеоролики, презентации, графика, поиск спикеров и перформеров

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 44 ак.ч. (33 астр.ч.), в том числе 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) лекций и 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 64 ак.ч. (48 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий	СРО	

			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		аттестации
Тема 1	Заинтересовать	24	4		4		16	О, Эс
Тема 2	Выбор платформы	28	6		6		16	О, Эс
Тема 3	Тестирование мероприятия	28	6		6		16	О, Эс
Тема 4	Подготовка пост-релизов, фото- и видеоотчета	28	6		6		16	О, Эс
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**22**		**22**		**64**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), эссе (Эс).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:
1. Борщевский, Г. А. Связи с общественностью в органах власти: учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 267 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04736-3. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/473039
2. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A: учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 507 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/477312

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

PR в цифровой среде

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-2	Способен разрабатывать маркетинговые стратегии для продукции СМИ	ПКс-2.2	Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-2.2	**на уровне знаний:** основные виды цифровых коммуникаций, их взаимосвязь **на уровне умений:** обобщение, систематизация и оценка маркетинговой информации **на уровне навыков:** владение способами продвижения товаров и услуг

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 4 з.е., 144 ак.ч., 108 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 44 ак.ч. (33 астр.ч.), в том числе 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) лекций и 22 ак.ч. (16.5 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 64 ак.ч. (48 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема	PR в цифровой среде:	36	8		8		20	О, Эс

1	стратегия, репутация, инструменты							
Тема 2	Основные тренды в коммуникациях. Основы контент-маркетинга	38	8		8		22	О, Эс
Тема 3	Основная цель клиентского брифа	34	6		6		22	О, Эс
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**144**	**22**		**22**		**64**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), эссе (Эс).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:
1. Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и PR-текста: учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/472777
2. Коноваленко, М. Ю. Психология рекламы и PR: учебник для вузов / М. Ю. Коноваленко, М. И. Ясин. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 393 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00765-7. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/468786

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Антикризисные коммуникации

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ПКс-1.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-1.2	**на уровне знаний:** основные методы планирования и реализации коммуникационных компаний **на уровне умений:** анализ информационно-коммуникационного пространства: разбор и анализ ситуаций **на уровне навыков:** исследование медиа и социальных медиа

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Антикризисные коммуникации	46	4		6		36	О, Эс, Д
Тема 2	«Черный» PR	44	6		4		34	О, Эс, Д
Тема 3	Технологии и инструменты кризисного PR	46	4		6		36	О, Эс, Д
Тема 4	Практика антикризисных коммуникаций	44	6		4		34	О, Эс, Д
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), эссе (Эс), диспут (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:

1. Горелов, Н. А. Управление человеческими ресурсами: современный подход: учебник и практикум для вузов / Н. А. Горелов, Д. В. Круглов, О. Н. Мельников; под редакцией Н. А. Горелова. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 270 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00650-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470091
2. Мазилкина, Е. И. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Е. И. Мазилкина. — Москва: Эксмо, 2010. — 192 с. — ISBN 978-5-699-40886-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/907.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Создание аудио-контента

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-5	Способен организовывать работы по созданию и редактированию контента	ПКс-5.2	Координация работы по созданию и редактированию контента

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.013 С Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-5.2	**на уровне знаний:** виды и параметры форматов аудиофайлов, методы их конвертирования **на уровне умений:** обработка аудиофайлов средствами звуковых редакторов **на уровне навыков:** обработка аудио-контента с помощью специализированных программ-редакторов

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема	Основные понятия звука	90	10		10		70	О, Эс, Д

1								
Тема 2	Форматы звуковых файлов	90	10		10		70	О, Эс, Д
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), эссе (Эс), диспут (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:
1. Сенаторов, А. Telegram: Как запустить канал, привлечь подписчиков и заработать на контенте / А. Сенаторов. — Москва: Альпина Паблишер, 2018. — 160 с. — ISBN 978-5-9614-1485-1. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/82581.html
2. Нестеренко, Н. А. Контент-менеджмент. Универсальный инструмент для заработка в интернете / Н. А. Нестеренко, А. В. Шантарин. — Москва: СОЛОН-Пресс, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-91359-289-7. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/90333.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Корпоративные мероприятия

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ПКс-1.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-1.2	**на уровне знаний:** как правильно организовать корпоративное мероприятие **на уровне умений:** достижение целей корпоративного мероприятия **на уровне навыков:** владение разработкой программы корпоративного мероприятия

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.			Форма текущего контроля
		Всего	Контактная работа обучающихся с	СРО	

			преподавателем по видам учебных занятий					успеваемости*, промежуточной аттестации
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Организаторы мероприятий	46	4		6		36	О, Эс, Д
Тема 2	Цель мероприятия	44	6		4		34	О, Эс, Д
Тема 3	Форма проведения мероприятия	46	4		6		36	О, Эс, Д
Тема 4	Разработка и реализация программы	44	6		4		34	О, Эс, Д
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), эссе (Эс), диспут (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:
1. Шпаковский, В. О. Организация и проведение рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. М. Чугунова, И. В. Кирильчук. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, 2018. — 128 с. — ISBN 978-5-394-02168-8. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/85170.html
2. Крамер, И. Как управлять корпоративным племенем: прикладная антропология для топ-менеджера / И. Крамер, Д. Браун; перевод Ю. Тележко, О. Улантикова, Н. Акопян; под редакцией С. Турко. — Москва: Альпина Паблишер, 2020. — 408 с. — ISBN 978-5-9614-2640-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/104289.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Внутренние коммуникации

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-4	Способен осуществлять коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на государственном и иностранном(ых) языках	УК ОС-4.2	Соблюдает требования к языку и форме общения, в том числе делового, в зависимости от коммуникативной задачи, решаемой на русском или иностранном языке

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-4.2	**на уровне знаний:** роль и место внутренних коммуникаций в системе менеджмента организации **на уровне умений:** использование аналитического и творческого подхода для выстраивания системы внутренних коммуникаций в организации **на уровне навыков:** работа с контентом корпоративных СМИ

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема	Внутренняя среда	28	2		2		24	О, Эс, Д

1	организации							
Тема 2	Внутренние целевые аудитории	28	2		2		24	О, Эс, Д
Тема 3	Корпоративная культура и корпоративные ценности	30	4		4		22	О, Эс, Д
Тема 4	Специфика внутренних коммуникаций в международных и территориально распределенных компаниях	30	4		4		22	О, Эс, Д
Тема 5	Каналы и инструменты внутренних коммуникаций	32	4		4		24	О, Эс, Д
Тема 6	Внутренние коммуникации в кризисных ситуациях	32	4		4		24	О, Эс, Д
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), эссе (Эс), диспут (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:
1. Колесников, А. В. Корпоративная культура: учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 167 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02520-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/470006
2. Душкина, М. Р. Технологии рекламы и связей с общественностью в маркетинге: учебник для вузов / М. Р. Душкина. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 462 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12811-6. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476668

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Брендменеджмент

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-6	Способен управлять информацией из различных источников	ПКс-6.2	Передача информационных материалов, замечаний, исправлений между специалистами по информационным ресурсам и сотрудниками других категорий

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.013 С Управление (менеджмент) информационными ресурсами	ПКс-6.2	**на уровне знаний:** экономические и основные понятия и характеристики бренд-менеджмента, их социальные условия особенностей при выявлении новых рыночных возможностей и осуществлении формирования новых бизнес-моделей **на уровне умений:** ориентировка в формировании системы брендинга и построении этапов разработки системы брендинга при создании и развитии новых организаций (направлений деятельности, продуктов, брендов) **на уровне навыков:** бизнес-планирование создания и развития новых брендов

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	История брендинга. Основные характеристики бренда. Роль бренда в системе маркетинга	14	2		2		10	ПЗ
Тема 2	Индивидуальность бренда. Имя, дизайн, упаковка	24	2		2		20	ПЗ
Тема 3	Концепция и стратегия управления брендом. Бренд-менеджмент	14	2		2		10	ПЗ
Тема 4	Концепция позиционирования бренда. Конкурентные преимущества	24	2		2		20	ПЗ
Тема 5	Интегрированный брендинг	14	2		2		10	ПЗ
Тема 6	Маркетинговые исследования в бренд-менеджменте	14	2		2		10	ПЗ
Тема 7	Марочный капитал. Оценка стоимости бренда. Бизнес-планирование брендинга	14	2		2		10	ПЗ
Тема 8	Лояльность бренду. Потребительское поведение. Маркетинг событий технология брендинга	18	2		2		14	ПЗ
Тема 9	Практический бренд-менеджмент. Вывод на рынок торговой марки	12	1		1		10	Реф
Тема 10	Правовые основы брендинга	18	1		1		16	ПЗ
Тема 11	Брендинг в области культуры и политики	14	2		2		10	ПЗ
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:
** – формы текущего контроля успеваемости: практическое задание (ПЗ), реферат (Реф).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена: в виде устного собеседования.

Основная литература:

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Маркетинг», «Рекламное дело», «Связи с общественностью» / И. М. Синяева, В. М. Маслова, О. Н. Романенкова, В. В. Синяев; под редакцией И. М. Синяева. — Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 504 с. — ISBN 978-5-238-02309-0. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/71238.html

2. Резепов, И. Ш. Психология рекламы и PR: учебное пособие / И. Ш. Резепов. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. — 224 с. — ISBN 978-5-394-01553-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/75203.html

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Производство и продвижение видеороликов

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-4	Способен контролировать и проводить оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ	ПКс-4.2	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-4.2	**на уровне знаний:** как сделать видеоролик на YouTube активным маркетинговым инструментом **на уровне умений:** создание, редактирование и размещение видеороликов на YouTube; отслеживание эффективности видеороликов до управления продажами, возникающими в результате просмотра **на уровне навыков:** размещение видеороликов на YouTube, продвигающих товары или идеи

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Производство роликов для YouTube	90	10		10		70	О
Тема 2	Продвижение видеороликов	90	10		10		70	Пр, Д
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), презентация (Пр), дискуссия (Д).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:

1. Блэнд, Д. Тестирование бизнес-идей / Дэвид Блэнд, Алекс Остервальдер; пер. с англ. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 354 с. - ISBN 978-5-9614-3658-7. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1222476
2. Немцова, Т. И. Компьютерная графика и web-дизайн: учебное пособие / Т.И. Немцова, Т.В. Казанкова, А.В. Шнякин; под ред. Л.Г. Гагариной. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2022. — 400 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0790-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1815964

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Культурно-массовые мероприятия

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК ОС-5	Способен проявлять толерантность в условиях межкультурного разнообразия общества в социально-историческом и философском контекстах, соблюдать нормы этики и использовать дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК ОС-5.2	Проявляет гибкость и корректность при взаимодействии с учетом этнических, религиозных, гендерных, возрастных отличий и психофизиологических особенностей. Демонстрирует знание психофизических особенностей развития лиц с психическими и (или) физическими недостатками для выстраивания своего поведения в социальной и профессиональной сфере

Код компонента компетенции	Результаты обучения
УК ОС-5.2	**на уровне знаний:** технология разработки и постановки творческих проектов культурно-массовых мероприятий, в основе которых лежит праздничное событие; особенности реализации творческих проектов культурно-массовых мероприятий **на уровне умений:** организация художественно-творческого процесса проектирования культурно-массовых мероприятий **на уровне навыков:** создание и реализация творческих проектов культурно-массовых мероприятий, в основе которых лежит праздничное событие

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Культурно-массовые мероприятия как технологический процесс	42	4		4		34	Эс, Реф
Тема 2	Сценарные технологии моделирования культурно-массовых мероприятий	48	6		6		36	Эс, Реф
Тема 3	Проектная деятельность в сфере современной праздничной культуры	42	4		4		34	Эс, Реф
Тема 4	Особенности звукового оформления культурно-массовых мероприятий	48	6		6		36	Эс, Реф
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:
** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), реферат (Реф).*

Форма промежуточной аттестации:
Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:
1. Интернет-маркетинг: учебник для вузов / О. Н. Жильцова [и др.]; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 301 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/450115
2. Гулевич, О. А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета: учебник для вузов / О. А. Гулевич. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12406-4. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/476595

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Репутационный менеджмент

Наименование образовательной программы:
«Реклама и PR»
Код и наименование направления подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Форма обучения: очная

Планируемые результаты освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
ПКс-1	Способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ПКс-1.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ

ОТФ/ ТФ/ трудовые или профессиональные действия	Код компонента компетенции	Результаты обучения
ПС-06.009 В Организация продвижения продукции СМИ	ПКс-1.2	**на уровне знаний:** основные методы и технологии формирования корпоративной репутации, индивидуальной узнаваемости и имиджа; механизмы формирования и управления репутациями в кризисных ситуациях; инструментарий антикризисного поведения **на уровне умений:** определение основных проблем в коммуникационном взаимодействии по вопросам создания и реализации корпоративного имиджа; выявление проблемных ситуаций в организации репутационной политики предприятия, прогнозирование кризисных ситуаций и разработка плана антикризисных мероприятий **на уровне навыков:** владение категориально-понятийным аппаратом в сфере формирования деловой репутации, управление

		антикризисными программами по восстановлению имиджа компаний; оценка эффективности коммуникационных технологий, применяемых в репутационной политике

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины – 6 з.е., 216 ак.ч., 162 астр.ч.

Количество академических и соответствующих им астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем – 40 ак.ч. (30 астр.ч.), в том числе 20 ак.ч. (15 астр.ч.) лекций и 20 ак.ч. (15 астр.ч.) семинарских занятий;

на самостоятельную работу обучающихся – 140 ак.ч. (105 астр.ч.).

Структура дисциплины

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СРО	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Тема 1	Концептуальные основы репутационного менеджмента	26	2		2		22	Эс
Тема 2	Управление репутациями	30	4		4		22	Реф
Тема 3	Механизмы репутационного менеджмента	28	2		2		24	Эс
Тема 4	Методы формирования репутации. Методы управления репутацией и ее изменения	32	4		4		24	Реф
Тема 5	Методы оценки корпоративного имиджа и репутации	32	4		4		24	Реф
Тема 6	Особенности управления репутацией территории	32	4		4		24	Эс
Промежуточная аттестация (экзамен)		36						36
Всего:		**216**	**20**		**20**		**140**	**36**

Примечание:

** - формы текущего контроля успеваемости: эссе (Эс), реферат (Реф).*

Форма промежуточной аттестации:

Промежуточная аттестация: экзамен проводится в форме устного опроса.

Основная литература:

1. Карпова, С. В. Брендинг: учебник и практикум для прикладного бакалавриата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт,

2019. — 439 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3732-9. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/425989
2. Тульчинский, Г. Л. Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом: учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Г. Л. Тульчинский, В. И. Терентьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2019. — 255 с. — (Авторский учебник). — ISBN 978-5-534-05503-0. — Текст: электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/437894