

**Аннотации рабочих программ дисциплин учебного плана направления  
42.04.01 Реклама и связи с общественностью (квалификация «магистр»)  
Направленность «Технологии рекламы и связей с общественностью»**

**Рабочая программа дисциплины  
Б1.Б.01 Методологические проблемы современной науки**

*Планируемые результаты обучения по дисциплине.*

**общекультурные компетенции (ОК):**

- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);

**профессиональные компетенции (ПК):**

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы.*

Дисциплина Филология в системе гуманитарного знания относится к базовой части дисциплин Блока 1.

Трудоемкость дисциплины: 6 ЗЕ / 216 ч.

Контактная работа: ОДО -58,55ч.; ОЗФО -

занятия лекционного типа: 1 сем. ОДО – 6 ч., ОЗФО – 4 ч.;

2 сем. ОДО – 4 ч., ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 1 сем. ОДО – 26 ч., ОЗФО – 12 ч.;

2 сем. ОДО – 22 ч., ОЗФО – 12 ч.;

СР – ОДО, 1 сем.: 75, 75 ч., ОЗФО – 91, 75ч.

СР - 2 сем. – ОДО 37 ч., ОЗФО - 56 ч..

ИКР: ОДО - 1 сем. 0,25ч.; 2 сем: 0,3ч.

ИКР: ОЗФО - 1 сем. 0, 25ч.; 2 сем: - 0,3ч.

Контроль – 2 сем.: 35,7 ч.

*Содержание дисциплины:*

1. Идеалы и нормы научного исследования. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 20ч.).
2. Социокультурная детерминация научного знания. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 20ч.).
3. Основания научной методологии. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 4ч., СР – 20ч.).
4. Эмпирические методы научного познания. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 4ч., СР – 20ч.).
5. Теоретические методы научного познания. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2,3ч., СР – 20ч.).
6. Основы методологии системных исследований. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2 ч., СР – 10ч.).
7. Синергетика как общенаучное методологическое направление. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 20ч.).
8. Современные тенденции научной методологии. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2,25ч., СР – 14ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету и экзамену.*

## **Б1.Б.02 Информационные технологии в профессиональной сфере**

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

#### **Общекультурные компетенции:**

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

#### **Общепрофессиональные компетенции:**

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Информационные технологии относится к базовой части дисциплин Блока 1.

Трудоемкость дисциплины: 4 ЗЕ / 144 ч.

Контактная работа: ОДО - 26,3ч.; ОЗФО – 16, 3ч.

практические занятия: 1 сем. ОДО – 26 ч., ОЗФО – 16 ч.;

иная контактная работа: 0,3 (ОДО, ОЗФО).

СР – ОДО - 73 ч., ОЗФО -92ч.

Контроль: ОДО - 44,7ч.; ОЗФО – 35, 7ч.

#### *Содержание дисциплины:*

1. Фундаментальные основы информатики. (ПЗ – 4ч., СР – 10ч.).
2. Прикладное программное обеспечение создания информационных систем. (ПЗ – 4ч., СР – 10ч.).
3. Введение в информационные технологии управления. (СР – 10ч.).
4. Содержание информационной технологии как составной части информатики (ПЗ – 6ч., СР – 10ч.).
5. Общая классификация видов информационных технологий и их реализация в административном управлении, в обучении. (ПЗ – 4ч., СР – 10ч.).
6. Системный подход к решению функциональных задач и организации информационных процессов Применение информационных технологий в преподавании филологических дисциплин. (ПЗ – 4,3ч., СР – 10ч.).
7. Модели, методы и средства их реализации. Особенности организации дистанционного обучения на базе компьютерных технологий. Возможности Интернета. (ПЗ – 4ч., СР – 10ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает* контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.

## **Рабочая программа дисциплины Б1.Б.03 Деловой иностранный язык**

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

#### **общекультурные компетенции (ОК):**

- способностью свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);

#### **общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

- владением корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Деловой иностранный язык относится к базовой части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 5 ЗЕ / 180 ч. (ОДО, ОЗФО)

Контактная работа: ОДО - 48,3ч.; ОЗФО – 28, 3 ч.

лабораторные занятия: 1 сем. ОДО – 26 ч., ОЗФО – 14 ч.;

2 сем. ОДО – 22 ч., ОЗФО – 14 ч.;

Иная контактная работа: 0,3

1 сем. СР – ОДО 46 ч., ОЗФО -58.

2 сем. СР – ОДО 50ч., ОЗФО -58ч.

Контроль ОДО – 35,7ч., ОЗФО – 35, 7ч.

**Содержание дисциплины**

*Содержание дисциплины:*

1. Marketing and advertising (ЛЗ – 4ч., СР – 8ч.).
2. History of marketing and advertising (ЛЗ – 4ч., СР – 10ч.).
3. Advertising and the Modern World (ЛЗ – 6ч., СР – 10ч.).
4. Advertising All Over the World (ЛЗ – 6ч., СР – 10ч.).
5. Advertising, Marketing, Promotion, (ЛЗ – 6ч., СР – 8ч.).
6. Advertisement as a service the ethical questions social benefits (ЛЗ – 4ч., СР – 10ч.).
7. Advertising as a career in the USA. a word of warning. careers in advertising (ЛЗ – 4ч., СР – 10ч.).
8. Mass media (news agencies newspaper periodicals television radio) (ЛЗ – 4ч., СР – 10ч.).
9. Methods of advertising the art of advertising (ЛЗ – 4ч., СР – 10ч.).
10. Message Strategies A Few Words about Creative Strategy (ЛЗ – 2ч., СР – 5ч.).
11. Creating the Advertising Message Slogans, Logos, Type (ЛЗ – 4,3ч., СР – 10ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает* контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету и экзамену.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **Б1.Б.04 Научные исследования в рекламе и PR**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

**общекультурные компетенции (ОК):**

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

**профессиональные компетенции (ПК):**

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);

- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Научные исследования в рекламе и PR относится к базовой части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины** – 4 з. е., 144 ч.

Контактная работа: ОДО - 24,3 ч., ОЗФО – 16,3 ч.

занятия лекционного типа: ОДО - 8 ч., ОЗФО – 4ч.

практические занятия: ОДО – 16 ч., ОЗФО – 12ч.

иная контактная работа: 0,3ч. (ОДО, ОЗФО);

СР ОДО - 841ч.; ОЗФО – 90ч.

Контроль – ОДО – 35,7ч.. ОЗФО – 35,7ч.

КПР (ОЗФО) – 2ч.

*Содержание дисциплины:*

1. Обзор основных направлений развития научных исследований в России и за рубежом. (ЛЗ – 2ч., СР – 9ч.)

2. Методология и методика научного исследования. (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 9ч.)

3. Общая схема хода научного исследования и использование методов НИ в области совершенствования коммерческой деятельности и ее эффективности. (ПЗ – 2ч., СР – 9ч.)

4. Научное исследование, его сущность и особенности. (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 9ч.)

5. Источники информации в научных исследованиях коммерческой деятельности (ПЗ – 2ч., СР – 9ч.).

6. Интернет как один из перспективных источников информационного обеспечения фундаментальных и прикладных научных исследований. (ПЗ – 2ч., СР – 9ч.)

7. Постановка и решение научных проблем в различных сферах коммерческой деятельности. (ПЗ – 2ч., СР – 9ч.)

8. Основные направления научных исследований в Российской Федерации (в целом по стране, по региональной дислокации научных школ, в сравнении с другими странами). (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 9ч.)

9. Основные направления научных исследований в зарубежных странах (в отдельно взятой стране, по группе стран или по регионам земного шара). Роль науки в международных отношениях. (ПЗ – 2,3ч., СР – 9ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.*

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **Б1.Б.05 Социологические и маркетинговые исследования**

##### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6);

профессиональные компетенции (ПК):

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы.*

Дисциплина Социологические и маркетинговые исследования относится к базовой части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины** 4 з. е., 144 академических часа.

Контактная работа: ОДО - 20,3ч.; ОЗФО – 20,3 ч.

занятия лекционного типа: ОДО - 4 ч.; ОЗФО – 4 ч.

практические занятия: ОДО – 16 ч.; ОЗФО – 16ч.

иная контактная работа: 0,3 ч.

СР – 88 ч.; ОЗФО - 79ч.

Контроль – ОДО – 35,7ч., ОЗФО - 44,7ч.

*Содержание дисциплины.*

### **Модуль 1. Социологические исследования.**

Тема 1. Организация и подготовка социологического исследования (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 12ч., Контр. – 5ч.)

Тема 2. Разработка программы и инструментария социологического исследования (ПЗ – 2ч., СР – 12ч., Контр. – 5ч.)

### **Модуль 2. Маркетинговые исследования:**

Тема 3. Процесс маркетинговых исследований (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 12ч., Контр. – 5ч.)

Тема 4. Обработка информации, полученной при проведении маркетинговых исследований (ПЗ – 2ч., СР – 12ч., Контр. – 5ч.)

Тема 5. Изучение потребителей (ПЗ – 2ч., СР – 12ч., Контр. – 5ч.)

Тема 6. Анализ привлекательности рынка услуг (ПЗ – 2ч., СР – 12ч., Контр. – 5ч.)

Тема 7. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности (ЛЗ – 0,3ч., ПЗ – 4ч., СР – 16ч., Контр. – 5,7ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.*

## **Рабочая программа дисциплины**

### **Б1.В.01 Методология и методика магистерского исследования**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

##### **общекультурные компетенции (ОК):**

- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);

##### **профессиональные компетенции (ПК):**

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);

- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);

- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Методология и методика магистерского исследования относится к базовой части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: ОДО 2 сем. - 12,25ч.

занятия лекционного типа: 2 сем. ОДО – 4ч., ЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 2 сем. ОДО – 8 ч., ЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,25ч.

СР – ОДО 95,75 ч., ЗФО -91, 75ч.

*Содержание дисциплины:*

1. Сущность научного исследования (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 0,25ч., СР – 15ч.).
2. Понятия метода и методологии научного исследования (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.).
3. Логика научного исследования (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.).
4. Программа научного исследования (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.).
5. Основные этапы научного исследования (ЛЗ – 2ч, ПЗ – 2ч., СР – 20ч.).
6. Апробация и оформление результатов исследования. (СР – 25,75ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает* контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **Б1.В.02 Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

**общефессиональные компетенции (ОПК):**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

**профессиональные (ПК):**

**коммуникационная деятельность:**

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы:*

Дисциплина Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью относится к вариативной части Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: ОДО- 20,3 ч.; ОЗФО – 20,3 ч.

занятия лекционного типа: 1 сем. ОДО – 4 ч., ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 1 сем. ОДО – 16ч.; ОЗФО – 16 ч.;

иная контактная работа – 0,3ч.

СР – ОДО 52 ч., ОЗФО -52ч..

Контроль – ОДО - 35,7ч.; ОЗФО – 35, 7ч.

*Содержание дисциплины:*

**Модуль 1. Специфика современного общества и роль социальных технологий**

1. Роль социально-коммуникативных технологий в современном обществе (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 3ч., СР – 6ч.).
2. Основные модели коммуникационного процесса (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 3ч., СР – 14ч.).

**Модуль II. Возможности современных коммуникативных технологий**

3. Коммуникативные технологии прошлого и современности (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 4ч., СР – 16ч.).
4. Интернет как новый канал реализации коммуникационных технологий (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 16ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.*

### **Рабочая программа дисциплины Б1.В.03 Медиапланирование**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине: профессиональные компетенции (ПК):**

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Медиапланирование относится к вариативной части обязательных дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплин:** 2 з.е. / 72 ч.

Контактная работа: ОДО, 3 сем. - 20,25ч.; ОЗО 4 сем. – 16, 25ч.

занятия лекционного типа; ОДО, 3 сем. - 4 ч.; ОЗО 4 сем. – 16ч.

практические занятия: ОДО, 3 сем. - 16 ч.; ОЗО 4 сем. – 12ч.

ИКР-0, 25ч.

СР – ОДО, 3 сем. - 51, 75ч. ч.; ОЗО 4 сем. – 55,75ч.

*Содержание дисциплины.*

1. Стратегическое и тактическое медиапланирование (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 10ч.).
2. Медиаметрия. – основные направления (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.).
3. Параметры медиапланирования (ПЗ – 2ч., СР – 10 ч.).
4. Особенности изучения теле-, радиоаудитории (ПЗ – 2ч., СР – 10 ч.).
5. Экономические основы медиапланирования (ПЗ – 2ч., СР – 10 ч.).
6. Характеристика системы средств массовой коммуникации (СМК) как основного рекламоносителя (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4,25ч., СР – 8ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.*

### **Рабочая программа дисциплины Б1.В.04 Законодательное регулирование в рекламе и связях с общественностью**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине: общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);

**профессиональные компетенции (ПК):**

- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы:*

Дисциплина Законодательное регулирование в рекламе и связях с общественностью является обязательной и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: ОДО - ; ОЗФО -

занятия лекционного типа: 1 сем. ОДО – 4 ч., ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 1 сем. ОДО – 16 ч., ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: ОДО, ОЗФО – 0,3ч.

СР – ОДО 52ч., ОЗФО -56 ч.

Контроль: ОДО, ОЗФО - 35,7ч.,

*Содержание дисциплины.*

1. Правовые основы рекламной и PR деятельности (ЛЗ – 1ч., СР – 5ч., Контр. – 2,7ч.).
2. Понятие и содержание информации, рекламы, связей с общественностью (ЛЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
3. Понятие, принципы, система информационного права. (ЛЗ – 1ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
4. Общие и специальные требования к информации и к рекламе (ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
5. Правовое регулирование политической рекламы, предвыборной агитации, PR-деятельности в политике. (ПЗ – 4ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
6. Правовой статус субъекта информационной деятельности. (ЛЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
7. Гражданско-правовые отношения в сфере распространения информации. (ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
8. Договоры в сфере рекламы и PR. Правовая охрана интеллектуальной собственностью в сфере рекламной и PR деятельности. (ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
9. Саморегулирование рекламной и PR деятельности. Судебная власть в регулировании рекламной и PR деятельности. (ЛЗ – 0,3ч., ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 3ч.).
10. Государственное регулирование, контроль и ответственность в сфере рекламной и PR деятельности. (ПЗ – 2ч., СР – 3ч., Контр. – 3ч.).
11. Проблемы и перспективы правового регулирования рекламной и PR деятельности. (ПЗ – 2ч., СР – 4ч., Контр. – 6ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.*

## **Рабочая программа дисциплины Б1.В.05 Логика и теория аргументации**

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

- способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24)

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Логика и теория аргументации является обязательной и относится к

вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: 2 сем. ОДО - 20, 25 ч.; 3 сем. ОЗФО – 20,25ч.

занятия лекционного типа: 2 сем. ОДО – 4 ч., 3 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 2 сем. ОДО – 16 ч., 3 сем. ОЗФО – 16 ч.;

ИКР – 0, 3ч.

СР – ОДО 52 ч., ОЗФО -52 ч.

Контроль - ОДО 35,7 ч., ОЗФО -35,7 ч.

*Содержание дисциплины*

1. Предмет и значение логики и теории аргументации. (СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
2. Логика и язык. Классическая логика. (ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
3. Основные законы (принципы) правильного мышления. . (ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
4. Основные формы мышления: Понятие, Суждение, Умозаключение . (ЛЗ – 1ч., СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
5. Типы и виды умозаключения. (ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
6. Правдоподобные умозаключения (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
7. Доказательство и опровержение (ЛЗ – 0,3ч., ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 10,7ч.).
8. Состав и характер обоснования. (ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
9. Стратегия и тактика аргументации и критики (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 5ч., Контр. – 5ч.).
10. Риторические и нравственные аспекты аргументации. Спор. (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 7ч., Контр. – 5ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.*

### **Рабочая программа дисциплины Б1.В.05 Интегрированные маркетинговые коммуникации**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

**Профессиональные компетенции (ПК):**

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);

- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23)

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Интегрированные маркетинговые коммуникации является обязательной и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: ОДО - 16,3; ОЗФО – 16, 3 ч.

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 4 ч., ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 12ч., ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,3ч. (ОДО, ОЗФО);

СР – ОДО 47 ч., ОЗФО -56ч.;

Контроль: ОДО – 44, 7 ч., ОЗФО – 44,7ч.

#### *Содержание дисциплины*

1. Научно-категориальный аппарат интегрированных коммуникаций (СР – 2ч., Контр. – 2ч.)
2. Профессионализм и ответственность специалиста РСО, кодексы профессиональных организаций (СР – 4ч., Контр. – 2ч.)
3. Коммуникативная среда: предмет, основные направления (СР – 2ч., Контр. – 2ч.)
4. Ресурсы и исследования в интегрированных маркетинговых коммуникациях (СР – 2ч., Контр. – 2ч.)
5. Межкультурное взаимодействие PR-специалиста в условиях глобализации (СР – 4ч., Контр. – 2ч.)
6. Современные тенденции и перспективы развития интегрированных маркетинговых коммуникаций (ЛЗ – 2ч., СР – 2ч., Контр. – 2ч.)
7. Инструменты интегрированных маркетинговых коммуникаций (СР – 2ч., Контр. – 2ч.)
8. Медиапланирование как этап коммуникационной деятельности (ЛЗ – 2ч., СР – 4ч., Контр. – 2ч.)
9. Основные участники процесса подготовки и проведения интегрированных кампаний. (СР – 2ч., Контр. – 1,7ч.)
10. Основные этапы подготовки и проведения интегрированной маркетинговой кампании. (ЛЗ – 2ч., СР – 4ч., Контр. – 2ч.)
11. Корпоративные коммуникации и их особенности Основные направления информационной поддержки деятельности организации (ПЗ – 2ч., СР – 2ч., Контр. – 2ч.)
12. Корпоративные коммуникации как фактор социальной регуляции: спонсорство и благотворительность (ПЗ – 2ч., СР – 4ч., Контр. – 2ч.)
13. Основы фандрайзинга (СР – 2ч., Контр. – 2ч.)
14. Кризисные коммуникации (ПЗ – 2ч., СР – 2ч., Контр. – 4ч.)
15. Рекламные кампании и стратегии (ПЗ – 2ч., СР – 2ч., Контр. – 4ч.)
16. Исследования и эффективность рекламы (ЛЗ – 0,3ч., Контр. – 7ч.)
17. Интегрированные маркетинговые коммуникации в рекламе в современных социально-экономических условиях (ПЗ – 2ч., СР – 7ч., Контр. – 7,7ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.*

### **Рабочая программа дисциплины Б1.В.07 Культурологическое адыговедение**

### **Рабочая программа дисциплины Б1.В.08 Связи с общественностью в кризисных ситуациях**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

**Общекультурные компетенции (ОК):**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

### **общефессиональные компетенции (ОПК):**

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

### **профессиональные компетенции (ПК):**

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Связи с общественностью в кризисных ситуациях является обязательной и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: 3 сем. ОДО - 16,3 ч.; 4 сем. ОЗФО -16,3 ч.;

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 4 ч., 4 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 12 ч., ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,3 ч.

СР – ОДО 56 ч., ОЗФО – 56ч.

Контроль: 35,7ч. (ОДО, ОЗФО).

*Содержание дисциплины*

1. Внутренняя и внешняя среда организации. Этические аспекты антикризисного PR. (СР – 7ч.)
2. Основные докризисные мероприятия организации в рамках кампании по Связям с общественностью. Стадия кризиса и посткризисные мероприятия. (ПЗ-2ч., СР – 7ч.)
3. Правила поведения в отношениях со СМИ. Практические рекомендации по взаимоотношению со СМИ. (ПЗ-2ч., СР – 7ч.)
4. Прогнозирование и планирование антикризисной PR-кампании. Содержание планов антикризисного PR. (ЛЗ-2ч., СР – 7ч.)
5. Принципы организации антикризисной PR-кампании. Привлечение сторонних PR-агентств для нейтрализации последствий кризиса. (ПЗ-2ч., СР – 7ч.)
6. Цели, задачи, принципы антикризисного PR в арбитражном управлении. (ЛЗ – 2,3ч., ПЗ-2ч., СР – 7ч.)
7. Система антикризисного управления персоналом предприятия. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Трудовые конфликты в условиях кризиса на предприятии. (ПЗ-2ч., СР – 7ч.)
8. Технологии взаимодействия с обществом и властными структурами. (ПЗ-2ч., СР – 7ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.*

## **Рабочая программа дисциплины**

### **Б1.В.09 Бренд-менеджмент**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

##### **профессиональные компетенции (ПК):**

- способностью применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Бренд-менеджмент является обязательной и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины 2 ЗЕ / 72 ч.**

Контактная работа: ОДО – 2 сем.: 20, 25 ч.; ОЗФО – 3 сем.: 16, 25ч.

занятия лекционного типа: 2 сем. ОДО – 4 ч., ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 2 сем. ОДО – 16 ч., ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,25ч.

СР – ОДО - 51,75 ч., ОЗФО -55, 75ч

*Содержание дисциплины*

1. Формирование и поддержание приверженности к бренду. (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 4ч.).
2. Методы управления брендом. (ПЗ – 2ч., СР – 4ч.)
3. Мониторинг бренда (ПЗ – 2ч., СР – 4ч.)
4. Методы развития бренда. (ПЗ – 2ч., СР – 4ч.)
5. Аудит бренда. (ПЗ – 2ч., СР – 4ч.)
6. Причины ребрендинга. (ПЗ – 2ч., СР – 4ч.)
7. Методы ребрендинга. Примеры. (ПЗ – 2ч., СР – 4ч.)
8. Формирование капитала бренда. (ПЗ – 0,25ч., СР – 10,75ч.)
9. Методы оценки капитала бренда. (ЛЗ – 2ч., СР – 10ч.)
10. Причины глобализации, выгода и благоприятные условия от глобализации. Примеры. (ПЗ – 2ч., СР – 3ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **Б1.В.10 Современные PR- технологии управления персоналом**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

**Общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

**профессиональные компетенции (ПК):**

- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Современные технологии управления персоналом относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины 3 ЗЕ / 108 ч.**

Контактная работа: 3 сем. ОДО - 16,3 ч.; 4 сем. ОЗФО -16,3 ч.;

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 4 ч., 4 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 12 ч., ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,3 ч.

СР – ОДО 56 ч., ОЗФО – 56ч.

Контроль: 35,7ч. (ОДО, ОЗФО).

*Содержание дисциплины*

1. Содержание управленческой деятельности (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
2. Менеджмент в организации: эффективное управление, ориентированное на результат (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 4ч., СР – 10ч.)
3. Работа с персоналом (ЛЗ – 1,3ч., ПЗ – 2ч., СР – 20ч.)
4. Управление как коммуникативная технология (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 16ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к экзамену.

### **Рабочая программа дисциплины Б.1.В.ДВ.01.01 Репутационный менеджмент**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:  
общефессиональными компетенциями (ОПК):**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8);

**профессиональные (ПК):**

**коммуникационная деятельность:**

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

**научно-исследовательская деятельность:**

- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Репутационный менеджмент относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1.

**Объем дисциплины 3 ЗЕ / 108 ч.**

Контактная работа: ОДО -20, 25ч., ОЗФО – 16, 25ч.

занятия лекционного типа: 2 сем. ОДО – 4 ч., 3 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 2 сем. ОДО – 16 ч., 3 сем. ОЗФО – 12 ч.;

ИКР – 0,25ч. (ОДО, ОЗФО);

СР – ОДО 87,75 ч., ОЗФО -91,75ч.

*Содержание дисциплины*

1. Репутационный менеджмент как особая разновидность ПР-деятельности (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 22ч.)
2. Имидж и репутация. Имидж руководителя предприятия (ПЗ – 4ч., СР – 22ч.)
3. Корпоративная социальная ответственность в системе репутационного менеджмента (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 20ч.)
4. Репутация в информационном пространстве (ЛЗ – 4,25ч., ПЗ – 4ч., СР – 23,75ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины Б.1.В.ДВ.01.02 Профессиональная этика и этикет**

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

- владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5), в части: владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения;

- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13)

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Профессиональная этика и этикет относится к дисциплинам по выбору вариативной части блока Б1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: ОДО -20, 25ч., ОЗФО – 16, 25ч.

занятия лекционного типа: 2 сем. ОДО – 4 ч., 3 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 2 сем. ОДО – 16 ч., 3 сем. ОЗФО – 12 ч.;

ИКР – 0,25ч. (ОДО, ОЗФО);

СР – ОДО 87,75 ч., ОЗФО -91,75ч.

### **Содержание дисциплины**

1. Природа и сущность этики деловых отношений (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
2. Этические нормы организации и этика руководителя (ПЗ – 2ч., СР – 12ч.)
3. Деловое общение и управление им (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
4. Вербальное и невербальное общение (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
5. Правила деловых отношений (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
6. Этикет и имидж делового человека (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
7. Этикет деловых отношений (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
8. Деловой этикет в различных странах мира. (ПЗ – 2,25ч., СР – 19,75ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

## **Рабочая программа дисциплины**

### **Б.1.В.ДВ.02.01 WEB-технологии**

### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Общепрофессиональные компетенции (ОПК):

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности; ОПК-7

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина WEB-технологии является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: 3 сем. ОДО - 18, 25ч.; 3 сем. ОЗФО – 16,25ч.

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 6 ч., 3 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 12 ч., 3 сем. ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,25ч.

СР: 3 сем.– ОДО - 89,75 ч., 3 сем. ОЗФО -89,75ч.

### *Содержание дисциплины*

9. Модуль 1. Основы работы в сети Интернет (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 29,75ч.)

Модуль 2. Основы разработки web-ресурсов. (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 30ч.)

Модуль 3. Основы web-технологий. (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 30ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины Б.1.В.ДВ.02.02 Иностранный язык профессионального общения**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

##### **общефессиональные компетенции (ОПК):**

- способностью вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

владением техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5).

##### *Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Иностранный язык профессионального общения относится к дисциплинам по выбору вариативной части дисциплин Блока 1.

##### **Объем дисциплины:** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: ОДО - 18,25ч., ОЗФО – 16, 25ч.

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 6 ч., 2 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 12 ч., 2 сем. ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,25ч.

3 сем. СР – ОДО 89,75 ч., 2 сем. ОЗФО -91, 75ч.

##### *Содержание дисциплины:*

1. Web Site Development (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 2ч., СР – 14,75ч.)
2. Types Of Advertising Consumer Advertising Media Of Consumer Advertising (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.)
3. Developing An Advertising Campaign (ЛЗ – 2ч., СР – 15ч.)
4. Advertising Campaign (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.)
5. Identifying And Analyzing The Advertising Target (ЛЗ – 2ч., СР – 15ч.)
6. The Role Of The Advertising Agency Or Department (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.)
7. The Functions Of Advertising Departments (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.)
8. Advertising Regulation In The United States (ПЗ – 2ч., СР – 15ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины Б.1.В.ДВ.03.01 Технологии PR-текста**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

##### **профессиональные компетенции:**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

##### **профессиональные компетенции (ПК):**

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию

соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы:*

Дисциплина Технология PR-текста является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины** 3 ЗЕ / 108 ч.

Контактная работа: ОДО - 20, 25 ч., ОЗФО – 16,25 ч.

занятия лекционного типа: 1 сем. ОДО – 4 ч., 2 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 1 сем. ОДО – 16 ч., 2 сем. ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0,25ч.

СР – 1 сем., ОДО: 87,75 ч., 2 сем. ОЗФО – 91,75ч

*Содержание дисциплины*

1. Рекламные и PR-тексты: основные характеристики (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
2. Правовые и этические аспекты письменной PR-коммуникации (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
3. Основы составления рекламных и PR-текстов (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
4. Психологические технологии в рекламе и PR (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
5. Технологии написания эффективного рекламного текста (ЛЗ – 1,25ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
6. Использование PR-текстов при проведении рекламных и PR-кампаний (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
7. Оценка эффективности текстов (ПЗ – 4ч., СР – 12ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины Б.1.В.ДВ.03.02 Практика рекламного текста**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

- способностью руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1)

- способностью решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);

- способностью к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Практика рекламного текста является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины:** 3 з.е / 108 ч.

Контактная работа: ОДО – 20, 25 з.е., ОЗФО – 16, 25ч.

занятия лекционного типа: ОДО – 4 ч., ОЗФО – 4ч.;

практические занятия: ОДО – 16ч., ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа – 0, 25 ч. (ОДО, ОЗФО).

СР – ОДО 895 75 ч., ОЗФО – 91, 75

*Содержание дисциплины:*

1. Понятие рекламного текста (ЛЗ – 1ч., СР – 10ч.)
2. Логика и аргументация в рекламном тексте (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)

3. Рекламный текст как разновидность современного мифа (ЛЗ – 1ч., СР – 10ч.)
4. Характеристика различных видов рекламы (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
5. Основные принципы составления рекламных текстов. (ЛЗ – 1ч., СР – 10ч.)
6. Стилистические особенности рекламных заголовков. (ЛЗ – 1ч., СР – 10ч.)
7. Особенности языка основного рекламного текста (ЛЗ – 1ч., ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
8. Слоган как рекламная константа (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)
9. Основные этапы создания рекламного текста (ПЗ – 2ч., СР – 10ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины Б.1.В.ДВ.04.01 Концепты мирового искусства в рекламе**

#### **Планируемые результаты по дисциплине:**

- владение методами делового общения в интернациональной среде, способность использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

#### *профессиональные:*

- способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-26).

#### *Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

#### **Объем дисциплины – 2 з.е. / 72 ч.**

Контактная работа: ОДО, 3 сем. - 20,25ч.; ОЗО 4 сем. – 16, 25ч.

занятия лекционного типа; ОДО, 3 сем. - 4 ч.; ОЗО 4 сем. – 4 ч.

практические занятия: ОДО, 3 сем. - 16 ч.; ОЗО 4 сем. – 12ч.

ИКР-0, 25ч.

СР – ОДО, 3 сем. - 51, 75ч. ч.; ОЗО 4 сем. – 55,75ч.

#### **Содержание дисциплины**

Модуль 1. Использование произведений искусства в рекламной деятельности (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 6ч., СР – 15ч.)

Модуль 2. Критерии использования произведений искусства в рекламе (ПЗ – 6ч., СР – 20ч.)

Модуль 3. Живопись в рекламе (ЛЗ – 2ч., ПЗ – 4ч., СР – 16,75ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

**Рабочая программа дисциплины  
Б.1.В.ДВ.04.02 Технологии управления общественным мнением**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:  
общефессиональными компетенциями (ОПК):**

способностью планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

**профессиональные (ПК):**

**коммуникационная деятельность:**

способностью определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины** – 2 ЗЕ / 72 ч.

Контактная работа: ОДО- 20,25 ч.; ОЗО – 16, 25ч.

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 4 ч., 4 сем. ОЗО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 16 ч., 4 сем. ОЗФО – 12 ч.;

иная контактная работа: 0.25 ч.

43 сем. СР – ОДО 51, 75 ч., 4 сем. ОЗФО -55, 75

*Содержание дисциплины:*

1. Представление о роли общественного мнения. История разработки и применения технологий манипуляции общественным мнением (ЛЗ-2ч., ПЗ-2ч., СР-10ч.)
2. Технологии манипуляции общественным мнением в рекламе. Политтехнологии (ПЗ-2ч., СР-10ч.)
3. Технологии воздействия на чувства и эмоции (ПЗ-2ч., СР-15,75ч.)
4. Технологии воздействия на сознание (ЛЗ-2,25ч., ПЗ-2ч., СР-20ч.)

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

**Рабочая программа дисциплины  
Б.1.В.ДВ.05.01 Product placement**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

**Профессиональные компетенции (ПК):**

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Product placement является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины** – Трудоемкость дисциплины: 2 зе / 72 ч.

Контактная работа: 3 сем. ОДО - 24, 25 ч.; 4 сем. ОЗФО – 16,25 ч.

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО - 6 ч.; 4 сем. ОЗФО – 4ч.

практические занятия: 3 сем. ОДО – 18ч. ; 4 сем. ОЗФО –12 ч.

иная контактная работа: 0, 25 ч.

СР: 3 сем. ОДО – 47, 75 ч.; 4 сем. ОЗФО – 55,75ч.

### **Содержание дисциплины**

1. Место product placement в системе маркетинговых коммуникаций (ЛЗ-1ч., ПЗ-2ч., СР-9ч.).
2. Основные понятия product placement и техники его эффективного применения (ЛЗ-1ч., ПЗ-2ч., СР-9ч.).
3. Типы и каналы распространения product placement (ПЗ-2ч., СР-9ч.).
4. Аудитория product placement и ее отношение к product placement -включениям
5. Рынок product placement и ценообразование (ЛЗ-1ч., ПЗ-2ч., СР-9ч.).
6. Отличие и преимущества product placement и других видов рекламы (ЛЗ-0,25ч., ПЗ-2ч., СР-10,75ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **Б.1.В.ДВ.05.02 Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR**

#### **Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);
- способностью ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20)

*Место дисциплины в структуре образовательной программы.*

Дисциплина Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины – 2 ЗЕ / 72 ч.**

Контактная работа: ОДО – ОЗФО -

занятия лекционного типа: 2 сем. ОДО – 4 ч., 3 сем. ОЗФО – 6 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 8 ч., 4 сем. ОЗФО – 18 ч.;

иная контактная работа – 0,25 ч.

3 сем. СР – ОДО 5- 9,75 ч., 4 сем. ОЗФО -47, 75ч.

*Содержание дисциплины:*

1. Базовые принципы работы с целевой аудиторией (ЛЗ-2ч., СР-16ч.).
2. Ядро и виды целевой аудитории (ПЗ-2ч., СР-6ч.).
3. Социально-демографические характеристики (ПЗ-2ч., СР-5,75ч.).
4. Психологические характеристики (ПЗ-2ч., СР-2ч.).
5. Описание целевой аудитории на рынке В-2-В (СР-6ч.).
6. Потребительская аудитория Интернет-магазинов (ПЗ-2ч., СР-6ч.).
7. Таргетинг, его назначение и виды (ЛЗ-2ч., СР-9ч.).
8. Таргетированные объявления (ПЗ-2ч.).
9. Таргетированная реклама (СР-6ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б.1.В.ДВ.06.01 Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК- 2);
- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы.*

Дисциплина Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины – 2 ЗЕ / 72 ч.**

Контактная работа: ОДО- 20,25 ч.; ОЗО – 12, 25ч.

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 4 ч., 4 сем. ОЗО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 16 ч., 4 сем. ОЗО – 8 ч.;

иная контактная работа: 0.25 ч.

43 сем. СР – ОДО 51, 75 ч., 4 сем. ОЗО -59, 75

*Содержание дисциплины:*

Тема 1. Эффективная коммуникация в профессиональной деятельности (ЛЗ-2ч., ПЗ-4ч., СР-20ч.)

Тема 2. Профессиональная коммуникативная компетентность (ЛЗ-2ч., ПЗ-4ч., СР-10ч.)

Тема 3. Проблемы профессионального коммуникативного взаимодействия с клиентами и коллегами в деятельности (ПЗ-4,25ч., СР-13ч.)

Тема 4. Ситуации профессиональной коммуникации (ПЗ-2ч., СР-8,75ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б.1.В.ДВ.06.02 Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине:**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22).

*Место дисциплины в структуре образовательной программы*

Дисциплина Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части дисциплин Блока 1.

**Объем дисциплины** – 2 ЗЕ / 72 ч.

Контактная работа: 3 сем. ОДО - 20, 25; 4 сем. ОЗФО – 12, 25 ч.

занятия лекционного типа: 3 сем. ОДО – 4 ч., 4 сем. ОЗФО – 4 ч.;

практические занятия: 3 сем. ОДО – 16 ч., 4 сем. ОЗФО – 8 ч.;

иная контактная работа – 0.25ч.

3 сем. СР – ОДО 51,75 ч., 4 сем. ОЗФО -59,75ч.

*Содержание дисциплины:*

Тема 1. Понятие психологического влияния и противостояния влиянию (ЛЗ-2ч., ПЗ-4ч., СР-13ч.).

Тема 2. Виды влияния (ПЗ-4ч., СР-13ч.).

Тема 3. Виды противостояния влиянию (ПЗ-4ч., СР-13ч.).

Тема 4. Концепция тренинга влияния и противостояния влиянию (ЛЗ-2,25ч., ПЗ-4ч., СР-12,75ч.).

*Фонд оценочных средств для проведения аттестации* включает контрольные материалы для проведения текущего контроля в форме домашних заданий, презентаций, доклада, контрольной работы, теста, опроса и промежуточной аттестации в форме вопросов к зачету.

## **Б2.В.01 Учебная практика**

### **Б2.В.01.01 (У) Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)**

#### **Планируемые результаты практики:**

ОК-4 способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности.

ОПК-2 способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия.

ОПК-7 способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности.

ОПК-8 готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении.

ОПК-9 способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности.

ПК-20 способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований.

#### *Место практики в структуре образовательной программы:*

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) в учебном плане раздел ОПОП Учебная практика является обязательным и представляет собой вид учебной деятельности, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков реализуется в рамках вариативной части Блока 2 «Практики». В соответствии с учебным планом учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков проводится на 1 курсе во 2 семестре. Вид промежуточной аттестации:

дифференцированный зачет во 2 семестре.

*Объем практики:*

Общая трудоемкость учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков практики составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов, 2 недели.

*Содержание практики:*

Основными принципами проведения учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются: интеграция теоретической и профессионально-практической, учебной и научно-исследовательской деятельности, приобретение первичных профессиональных компетенций и навыков работы по направлению подготовки.

*Целями* учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности магистрантов 1-го курса обучения являются:

- ознакомление с коммуникационными процессами в политической, экономической, социальной, культурной, образовательной и научной сферах;
- освоение техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде.

*Основными задачами* учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков являются:

- изучение правил управления коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании /организации, планирования и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;
- получение практических навыков организации эффективных внутренних коммуникаций, создания благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществления работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня сотрудников, формирования и обеспечения высокого уровня корпоративной культуры.

Учебная практика по получению первичных профессиональных умений и навыков состоит из трех взаимосвязанных этапов (установочный, основной (технологический), заключительный).

*Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике включает:*

1. Паспорт фонда оценочных средств (по учебной практике)
2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования
3. Этапы формирования компетенций
4. Структура фонда оценочных средств
5. Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций
6. Индивидуальные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:
7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

## **Б2.В.02.01 (П) Производственная практика (научно-исследовательская работа)**

### **Планируемые результаты обучения по НИР:**

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры (ОПК-6);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);
- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);
- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);
- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

### *Место практики в структуре образовательной программы:*

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) в учебном плане раздел ОПОП Производственная практика, Научно-исследовательская работа является обязательным и представляет собой вид научно-исследовательской деятельности, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Научно-исследовательская работа реализуется в рамках вариативной части Блока 2 «Практики». В соответствии с учебным планом научно-исследовательская работа проводится на 2 курсе в 3 семестре. Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 3 семестре.

### *Объем практики: 17 недель*

Общая трудоемкость ПП (НИР) составляет – 34 з.е. (1224 ч.: 1 семестр – 216 ч., 6 з.е.; 3 сем. - 216 ч., 6 з.е., 4 семестр – 792ч., 22 з.е.)

### *Содержание разделов ПП (НИР):*

Содержание производственной практики (научно-исследовательской работы) определяется рабочей программой, которая предусматривает разнообразные виды и формы практической работы магистрантов, объединенные в модули по направлениям деятельности. В период прохождения ПП (НИР) магистранта ориентируют на подготовку материалов к написанию магистерской работы.

Конкретное содержание ПП (НИР) планируется научным руководителем в

соответствии с темой магистерского исследования и в индивидуальной программе научно-исследовательской работы магистранта, в которой фиксируются все виды деятельности магистранта в течение трех циклов ПП (НИР).

*Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по НИР включает:*

1. Паспорт фонда оценочных средств (по учебной практике)
2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования
3. Этапы формирования компетенций
4. Структура фонда оценочных средств
5. Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций
6. Индивидуальные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:
7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

### **Б2.В.02.03(II) Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе педагогическая практика))**

#### **Планируемые результаты обучения практики:**

ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОПК-2 способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия

ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-13 способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

ПК-20 способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований

ПК-21 способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции

ПК-22 способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации

ПК-23 способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте

ПК-24 способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте

ПК-25 способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

#### *Место практики в структуре образовательной программы*

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) в учебном плане раздел ОПОП Производственная практика (по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе педагогической)) (далее ПП.02) является

обязательной и представляет собой вид учебной деятельности, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

ПП.02 реализуется в рамках вариативной части Блока 2 «Практики». В соответствии с учебным планом производственная практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности проводится на 1 курсе во 2 семестре. Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет во 2 семестре.

*Объем практики:*

Общая трудоемкость учебной практики по получению первичных профессиональных умений и навыков практики составляет 6 зачетных единиц, 216 академических часов, 4 недели (216 часов во 2 семестре).

*Содержание практики:*

Основными принципами проведения ПП.02 являются: интеграция теоретической, профессионально-практической, и прогнозно-аналитической деятельности, приобретение профессиональных компетенций и навыков работы по направлению подготовки.

**Целью** ПП.02 является расширение профессиональных знаний, полученных в процессе обучения, и формирование практических навыков ведения самостоятельной научно-исследовательской и педагогической, а также коммуникационной деятельности.

**Задачи практики:**

- приобретение опыта практической деятельности и формирование ОПК и ПК;
- подбор необходимых материалов для выполнения квалификационной работы.

*Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике включает:*

1. Паспорт фонда оценочных средств (по учебной практике).
2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования.
3. Этапы формирования компетенций.
4. Структура фонда оценочных средств.
5. Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций.
6. Индивидуальные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.
7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

### **Б2.В.02.03 (II) Производственная практика (учебно-организационная практика)**

**Планируемые результаты практики:**

ОК-2 готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения

ОПК-2 способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия

ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-13 способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации

ПК-20 способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований

ПК-21 способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции

ПК-22 способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации

ПК-23 способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте

ПК-24 способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте

ПК-25 способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

*Место практики в структуре образовательной программы:*

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) в учебном плане раздел ОПОП учебно-организационная практика является обязательной и представляет собой вид учебной деятельности, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Учебно-организационная практика реализуется в рамках вариативной части Блока2 «Практики». В соответствии с учебным планом учебно-организационная практика проводится на 2 курсе в 3 семестре. Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 3 семестре.

*Объем практики:*

Общая трудоемкость учебно-организационной практики составляет 6 зачетных единиц, 108 академических часов, 2 недели.

#### **Содержание практики**

Основными принципами проведения учебно-организационной практики являются: интеграция теоретической, профессионально-практической, и прогнозно-аналитической деятельности, приобретение профессиональных компетенций и навыков работы по направлению подготовки.

**Целью** учебно-организационной практики является расширение профессиональных знаний, полученных в процессе обучения и формирование практических навыков ведения самостоятельной производственной, проектной, аналитической, организационно-управленческой деятельности.

**Задачи:**

- приобретение опыта практической и организационной деятельности и формирование профессиональных компетенций;
- подбор необходимых материалов для выполнения квалификационной
- ознакомление с коммуникационными процессами в политической, экономической, социальной, культурной, образовательной и научной сферах;
- освоение техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологии пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде;
- изучение правил управления коммуникационными службами рекламы и связей с общественностью компании /организации, планирования и организация рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа организации, контроль и оценка эффективности связей с общественностью;
- получение практических навыков организации эффективных внутренних коммуникаций, создания благоприятного психологического климата в коллективе, мотивации сотрудников на активную деятельность и развитие организации, осуществления работы по повышению квалификации и общего культурного и профессионального уровня

сотрудников, формирования и обеспечения высокого уровня корпоративной культуры.

*Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике включает:*

1. Паспорт фонда оценочных средств (по учебной практике)
2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования
3. Этапы формирования компетенций
4. Структура фонда оценочных средств
5. Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций
6. Индивидуальные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:
7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

### **Б2.В.03 (Пд) Преддипломная практика**

#### **Планируемые результаты практики**

ОК-3 готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала

ОК-4 способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности

ОПК-2 способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия

ПК-12 способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий

ПК-20 способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований

ПК-21 способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции

ПК-22 способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации

ПК-23 способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте

ПК-24 способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте

ПК-25 способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции

ПК-26 способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации

#### *Место практики в структуре образовательной программы:*

В соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования для направления подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (уровень магистратура) в учебном плане раздел ОПОП преддипломная практика является обязательной и представляет собой вид учебной деятельности, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку

обучающихся.

Преддипломная практика реализуется в рамках вариативной части Блока2 «Практики». В соответствии с учебным планом преддипломная практика проводится на 2 курсе в 4 семестре. Вид промежуточной аттестации: дифференцированный зачет в 4 семестре.

*Объем практики:*

Общая трудоемкость учебно-организационной практики составляет 3 зачетные ед., 108 академических часов, 2 недели (108 часов в 4 семестре).

*Содержание практики:*

Основными принципами проведения преддипломной практики являются: интеграция теоретической, профессионально-практической, и прогнозно-аналитической деятельности, приобретение профессиональных компетенций и навыков работы по направлению подготовки.

Завершающим этапом формирования знаний, умений и навыков магистров в области рекламы и связей с общественностью является написание ВКР, основанной на использовании материалов, полученных в рамках практической профессиональной подготовки – преддипломной практики.

**Целью** преддипломной практики является закрепление полученных магистрами теоретических знаний и приобретение практического опыта, а также навыков самостоятельной работы в области рекламы и связей с общественностью.

**Задачи** преддипломной практики.

Преддипломная практика является важным элементом учебного процесса, т.к. в формировании высококвалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью, большая роль принадлежит практической профессиональной подготовке.

Целью преддипломной практики является закрепление полученных магистрантами теоретических знаний и приобретение практического опыта, а также навыков самостоятельной работы в области коммуникационной деятельности.

Основными **задачами** преддипломной практики являются:

- принятие непосредственного участия в сборе внутренней и внешней информации;
- осуществление проверок достоверности собранных данных;
- работа с учебной, научной, нормативно-методической и инструктивной литературой;
- осуществление сбора материала для написания ВКР;
- изучение методических материалов по созданию рекламного проекта;
- непосредственное участие в выборе и систематизации информации и принятии управленческих решений;
- конкретизация направлений магистерского исследования, необходимого объема информации для обобщения своих знаний по выбранной теме магистерской диссертации;
- использование собранного фактического материала о рекламной, либо PR-деятельности предприятия /организации/ при написании ВКР;
- развитие навыков аналитической работы, выработка рекомендаций, повышающих эффективность деятельности отдела, службы или предприятия в целом, на котором была организована практика;
- закрепление и углубление знаний, полученных студентами в процессе изучения специальных дисциплин;
- ознакомление со структурой базы практики, организацией и процессом оказания услуг, приобретение навыков самостоятельной обработки внутренней и внешней информации;
- организация систематической самостоятельной работы с учебной, научной, специальной, нормативно-методической литературой, способствующей формированию творческого подхода в решении проблем научно-исследовательской, учебной и

профессиональной деятельности.

- ознакомление со структурой и функциями сотрудников в отделах по связям с общественностью;

- применение экономико-статистических методов при обработке внутренней и отраслевой/сегментной информации;

Задачи практики зависят от места её прохождения и определяются согласно программе практики.

Преддипломная практика состоит из трех взаимосвязанных этапов (установочный, основной (технологический), заключительный).

*Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике включает:*

1. Паспорт фонда оценочных средств (по учебной практике)
2. Перечень формируемых компетенций и этапы их формирования
3. Этапы формирования компетенций
4. Структура фонда оценочных средств
5. Показатели, критерии и шкала оценки сформированных компетенций
6. Индивидуальные задания, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы:
7. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

### **Б3 Государственная итоговая аттестация**

#### **Б3.Б.01 (Д) Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты**

##### **Планируемые результаты:**

##### **общекультурные компетенции (ОК):**

способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);

способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);

способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);

способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6).

##### **общепрофессиональные компетенции (ОПК):**

способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);

способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

владение корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

владение техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);

владение методами делового общения в интернациональной среде, способностью использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6);

способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8);

способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);

#### **профессиональные компетенции (ПК):**

##### **коммуникационная деятельность:**

способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);

##### **научно-исследовательская и педагогическая деятельность:**

способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);

способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);

способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);

способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);

способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

**Подготовка и защита ВКР** относится к базовой части Блока 3.

Объем: 6 з.е. (216 ч.)

*Содержание государственной итоговой аттестации:*

Итоговая государственная аттестация включает написание и защиту выпускной квалификационной работы (ВКР), которая выполняется в виде магистерской диссертации.

Выпускная квалификационная работа магистра представляет собой самостоятельно выполненную (под руководством научного руководителя) работу исследовательско-проектного характера, содержащую результаты разработки выбранной темы. Основное содержание работы – это описание конкретного проекта, в разработку которого выпускник внес существенный личный вклад. ВКР должна свидетельствовать об эрудиции и профессиональном потенциале автора, его умении ясно и грамотно излагать свои мысли. Работа показывает квалификацию автора как самостоятельного разработчика рекламного или PR-проекта. Выпускная квалификационная работа выполняется в период прохождения практики и выполнения научно-исследовательской работы.



Приложение 3  
Матрица компетенций

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
<b>Б1</b>	<b>Дисциплины (модули)</b>	<b>ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26</b>
Б1.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26
Б1.Б.01	Методологические проблемы современной науки	ОК-4; ПК-20; ПК-21
Б1.Б.02	Информационные технологии в профессиональной сфере	ОК-3; ОК-7
Б1.Б.03	Деловой иностранный язык	ОК-5; ОК-3
Б1.Б.04	Научные исследования в рекламе и PR	ОК-1; ПК-20; ПК-21; ПК-24; ПК-26
Б1.Б.05	Социологические и маркетинговые исследования	ОК-6; ПК-20; ПК-24
<b>Б1.В</b>	<b>Вариативная часть</b>	<b>ОК-2; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26</b>
Б1.В.01	Методология и методика магистерского исследования	ОК-4; ПК-20; ПК-24; ПК-25; ПК-26
Б1.В.02	Коммуникативные технологии в рекламе и связях с общественностью	ОПК-2; ПК-12
Б1.В.03	Медиапланирование	ОПК-1; ПК-12; ПК-13
Б1.В.04	Законодательное регулирование в рекламе и связях с общественностью	ОК-2; ОК-8; ОК-9; ПК-23
Б1.В.05	Логика и теория аргументации	ПК-12; ПК-24
Б1.В.06	Интегрированные и маркетинговые коммуникации	ПК-12; ПК-13; ПК-22; ПК-23
Б1.В.07	Культурологическое адыгведение	ОК-6
Б1.В.08	Связи с общественностью в кризисных ситуациях	ОК-2; ОК-1; ПК-12
Б1.В.09	Бренд-менеджмент	ПК-21; ПК-24
Б1.В.10	Современные PR-технологии управления персоналом	ОПК-1; ПК-13
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	ОПК-2; ПК-12; ПК-23
Б1.В.ДВ.01.01	Репутационный менеджмент	ОПК-2; ПК-12; ПК-23
Б1.В.ДВ.01.02	Профессиональная этика и этикет	ОК-2; ОК-5; ПК-13
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	ОПК-7
Б1.В.ДВ.02.01	Web-технологии	ОПК-7
Б1.В.ДВ.02.02	Иностранный язык профессионального общения	ОК-5; ОК-4; ОК-5
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	ОПК-2; ПК-24
Б1.В.ДВ.03.01	Технологии PR-текста	ОПК-2; ПК-24
Б1.В.ДВ.03.02	Практика рекламного текста	ОПК-1; ПК-23; ПК-24
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	ОПК-6; ОК-7; ОК-8; ПК-26
Б1.В.ДВ.04.01	Концепты мирового искусства в рекламе	ОПК-6; ОК-7; ОК-8; ПК-26
Б1.В.ДВ.04.02	Технологии управления общественным мнением	ОПК-2; ПК-12
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	ОПК-2; ПК-12
Б1.В.ДВ.05.01	Product placement	ОПК-2; ПК-12
Б1.В.ДВ.05.02	Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR	ОПК-2; ОК-6; ПК-20
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	ОК-2; ОК-2; ПК-13; ПК-25
Б1.В.ДВ.06.01	Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков	ОК-2; ОК-2; ПК-13; ПК-25
Б1.В.ДВ.04.02	Технологии управления общественным мнением	ОПК-2; ПК-12
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	ОПК-2; ПК-12
Б1.В.ДВ.05.01	Product placement	ОПК-2; ПК-12
Б1.В.ДВ.05.02	Целевые аудитории и таргетирование в рекламе и PR	ОПК-2; ОК-6; ПК-20
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	ОК-2; ОК-2; ПК-13; ПК-25
Б1.В.ДВ.06.01	Психологический тренинг формирования коммуникативных умений и навыков	ОК-2; ОК-2; ПК-13; ПК-25
Б1.В.ДВ.06.02	Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию	ОК-2; ПК-12; ПК-13; ПК-22
<b>Б2</b>	<b>Практики, в том числе научно-исследовательская работа (НИР)</b>	<b>ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26</b>
Б2.В	Вариативная часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26
Б2.В.01	Учебная практика	ОК-4; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК-22
Б2.В.01.01(У)	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков)	ОК-4; ОК-1; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ПК-22
Б2.В.02	Производственная практика	ОК-2; ОК-1; ОК-2; ОК-7; ПК-12; ПК-13; ПК-20; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-24; ПК-25; ПК-26
Б2.В.02.01(П)	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	ОК-2; ОК-4; ОК-7; ПК-20; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-24; ПК-25; ПК-26
Б2.В.02.02(П)	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности (в том числе педагогическая практика))	ОПК-1; ОК-2; ПК-12; ПК-13; ПК-22; ПК-24
Б2.В.02.03(П)	Производственная практика (учебно-организационная практика)	ОК-2; ПК-12
Б2.В.03(Пд)	Преддипломная практика	ОК-1; ОК-3; ОК-4; ПК-20; ПК-21; ПК-22; ПК-23; ПК-24; ПК-25; ПК-26
<b>Б3</b>	<b>Государственная итоговая аттестация</b>	<b>ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26</b>
Б3.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26
Б3.Б.01(Д)	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОК-10; ОК-11; ОК-12; ОК-13; ОК-14; ОК-15; ОК-16; ОК-17; ОК-18; ОК-19; ОК-20; ОК-21; ОК-22; ОК-23; ОК-24; ОК-25; ОК-26
ФТД	Факультативы	ПК-13
ФТД.В	Вариативная часть	ПК-13
ФТД.В.01	Дизайн журнального издания	ПК-13

Заведующий кафедрой  
литературы и массовых коммуникаций



Бешукова Ф.Б.

Руководитель образовательной программы



Бешукова Ф.Б.

Декан филологического факультета



Панеш У.М.