

Департамент образования и науки города Москвы  
Самарский филиал  
Государственного автономного образовательного учреждения  
высшего образования города Москвы  
«Московский городской педагогический университет»  
Филологический факультет  
Кафедра филологии и массовых коммуникаций

УТВЕРЖДАЮ  
Директор СФ ГАОУ ВО МГПУ  
Г.Е. Козловская  
«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2020 г.

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
БАКАЛАВРИАТ**  
по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе  
государственного  
и муниципального управления  
Срок получения образования по программе бакалавриата – 4 года / 4 года 6 месяцев  
Форма обучения очная / очно-заочная / заочная

*Основная профессиональная образовательная программа высшего образования  
утверждена Ученым советом Самарского филиала  
от 04.06.2020 протокол №11*

Самара

2020

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
1.1. Назначение ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.....	3
1.2. Нормативные документы.....	3
2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ.....	4
2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников.....	4
2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО.....	4
2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников.....	7
3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	11
3.1. Направленность (профиль) программы бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления.....	11
3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам ОПОП ВО.....	12
3.3. Объем программы бакалавриата.....	12
3.4. Формы обучения.....	12
3.5. Срок получения образования.....	12
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО.....	12
4.1. Требования к планируемым результатам освоения ОПОП ВО, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части.....	12
4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	12
4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	16
4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.....	21
5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	25
6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	79
7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ.....	82
8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»	

НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	82
9. ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ В СООТВЕТСТВИИ С ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ.....	84

## **1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ**

### **1.1. Назначение ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) подготовки бакалавра является комплексным методическим документом, разработанным и утвержденным Самарским филиалом Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» (далее - Филиал) с учетом потребностей общероссийского и регионального рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования бакалавриат, утвержденный приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512, и следующих профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускника: Перечень профессиональных стандартов: Профессиональный стандарт "Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный N 33973); Профессиональный стандарт "Специалист по информационным ресурсам", утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017

ОПОП ВО отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. Она регламентирует цели, ожидаемые результаты обучения, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, содержит оценочные материалы, включает учебный план для направления подготовки, программы модулей и практик, государственной итоговой аттестации.

### **1.2. Нормативные документы**

- Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Порядок разработки примерных основных образовательных программ, проведения их экспертизы и ведения реестра примерных основных образовательных программ, утвержденный приказом Минобрнауки России от 28 мая 2014 года № 594;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование (бакалавриат), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 22.02.2018 г. № 121;
- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05.04.2017 г. № 301;
- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636;
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383.

Филиал осуществляет свою деятельность на основании Лицензии №1783 от 25.11.2015, серия 90Л01, № 0008805 (Приложение 2.4) и Свидетельства о Государственной аккредитации № 3217 от 26.07.2019, серия 90А01, № 0003378 (Приложение 2).

## **2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ**

### **2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников**

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

- 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии
- 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

Типы задач профессиональной деятельности выпускников:

- проектный
- организационный
- социально-просветительский
- авторский

Перечень основных объектов (или областей знания) профессиональной деятельности выпускников:

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

## 2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

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

### Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программ Бакалавриат по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Код и наименовани	Обобщенные трудовые функции	Трудовые функции
-------------------	-----------------------------	------------------

е профессионального стандарта	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код
06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации	А	Организация распространения продукции СМИ	5	Организация и проведение подписной кампании	А/03.5
	В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6
				Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6
				Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6
					Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ

06.013 Специалист по информацио нным ресурсам	А	Техническая обработка и размещение информацион ных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных	A/01.4
				Сканирование и обработка графической информации	A/02.4
				Ведение информационных баз данных	A/03.4
				Размещение информации на сайте	A/04.4
	В	Создание и редактирован ие информацион ных ресурсов	5	Поиск информации по тематике сайта	B/01.5
				Написание информационных материалов для сайта	B/02.5
				Редактирование информации на сайте	B/03.5
				Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	B/04.5
				Модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях	B/05.5
	С	Управление (менеджмент) информацион ным и ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию контента	C/01.6
				Контроль за наполнением сайта	C/03.6
				Анализ информационных потребностей посетителей сайта	C/05.6
				Подготовка отчетности по сайту	C/06.6



				Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	C/07.6
--	--	--	--	------------------------------------------------------	--------

### 2.3. Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности(или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	технологический	Участие в производственном	текст рекламы и связей с общественностью и
		процессе выпуска коммуникационного продукта с применением современных информационных и коммуникацион-ных технологий	(или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	социально - просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникацион-ного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникацион-ного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	редакторский	Осуществление редакторской деятельности в соответствии с языковыми нормами,	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт,

		стандартами,  форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный  разным целевым группам/группам общественности.
	маркетинговый	Продвижение  коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными  группами,  организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных,  печатных, теле- и  радиовещательных средств массовой информации)	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере  рекламы и связей с  общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	технологический	Участие в  производствен-ном процессе выпуска коммуникацион-ного продукта с	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый

		применением современных информационных и коммуникацион-ных технологий	по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникацион-ного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	социально - просветительский	Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникацион-ного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	редакторский	Осуществление редакторской деятельности в соответствии с	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный
		языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных каналов коммуникации	продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

### 3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ

## **НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

### **3.1. Направленность (профиль) программы бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления**

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), разработанный и утвержденный Самарским филиалом Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет» (далее - Филиал) с учетом потребностей общероссийского и регионального рынка труда на основе федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 512, а также с учетом примерной основной образовательной программы.

ОПОП ВО регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки и включает в себя учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей), методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся, программы и оценочные материалы промежуточной и итоговой (государственной итоговой) аттестации обучающихся и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной(практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), производственной (педагогическая практика), производственной (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности), преддипломной практик и методические материалы, обеспечивающие реализацию ОПОП ВО

### **3.2. Квалификация, присваиваемая выпускникам ОПОП ВО**

– Бакалавр

### **3.3. Объем программы бакалавриата**

Объем программы 240 зачетных единиц (далее – з.е.).

### **3.4. Формы обучения**

Очная, Очно-заочная, Заочная

### **3.5. Срок получения образования**

– 4 года при очной форме обучения, 4 года 6 месяцев – при очно-заочной формам обучения.

## 4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО

### 4.1. Требования к планируемым результатам освоения ОПОП ВО, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части

#### 4.1.1. Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивает их преимущества и риски УК-1.4. Грамотно, логично, аргументированно формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия возможных вариантов решения задачи
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений УК-2.3. Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности)

		<p>за установленное время</p> <p>УК-2.4.</p> <p>Публично представляет результаты решения задач исследования, проекта, деятельности</p>
Командная работа и лидерство	<p>УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде</p>	<p>УК-3.1.</p> <p>Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде</p> <p>УК-3.2.</p> <p>Различает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности</p> <p>УК-3.3.</p> <p>Способен устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.)</p> <p>УК-3.4.</p> <p>Понимает результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата</p> <p>УК-3.5.</p> <p>Эффективно взаимодействует с другими членами команды, в т.ч. участвует в обмене информацией, знаниями и опытом, в презентации результатов работы команды</p>
Коммуникация	<p>УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)</p>	<p>УК-4.1.</p> <p>Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами</p> <p>УК-4.2.</p> <p>Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках</p> <p>УК-4.3.</p> <p>Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем,</p>



		<p>социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках УК-4.4.</p> <p>Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках УК-4.5.</p> <p>Демонстрирует умение выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально- историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Находит и использует необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп</p> <p>УК-5.2. Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения</p> <p>УК-5.3. Умеет толерантно и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	<p>УК-6.1. Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, психофизиологических, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы</p> <p>УК-6.2. Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных</p>

		<p>возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p> <p>УК-6.3.</p> <p>Реализует намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p> <p>УК-6.4.</p> <p>Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата</p> <p>УК-6.5.</p> <p>Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для приобретения новых знаний и навыков</p>
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	<p>УК-7.1.</p> <p>Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни</p> <p>УК-7.2.</p> <p>Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности</p>
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	<p>УК-8.1.</p> <p>Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте</p> <p>УК-8.2.</p> <p>Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте</p> <p>УК-8.3.</p> <p>Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте</p> <p>УК-8.4.</p>

		Принимает участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций
--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

#### 4.1.2. Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
		систем

Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при со-здании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные

		инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы</p>
Технологии	ОПК-6. Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	<p>ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p> <p>ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства,</p>

		платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

#### 4.1.3. Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
<b>Тип задач профессиональной деятельности: организационный</b>				
Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПКО-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПКО-1.2. Осуществляет такти-ческое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам

			мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры	
<b>Тип задач профессиональной деятельности: авторский</b>				
Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПКО-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам



			ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде	
<b>Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский</b>				
Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой	ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и	ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей средствами связей с общественностью и рекламы	06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по
	информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.	корпоративной социальной ответственности	ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности	информационным ресурсам
<b>Тип задач профессиональной деятельности: проектный</b>				

<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>	<p>ПК-4. Способен в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>ПК-4.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью  ПК-4.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью  ПК-4.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампаний при создании коммуникационного продукта</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации  06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## **5. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

### **5.1. Обязательная часть ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления**

Объем обязательной части ОПОП без учета ГИА должен составлять в соответствии с ФГОС ВО не менее 70% общего объема программы бакалавриата.

### **5.2. Типы практик**

В Блок 2 «Практика» входят учебная и производственная практики (далее вместе – практики) Типы учебной практики:

- Учебная практика: Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика

Типы производственной практики:

- Производственная практика: профессионально-творческая практика

- Производственная практика: Преддипломная практика

### **5.3. Учебный план и календарный учебный график**

#### **Пояснительная записка**

ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления представлен примерный учебный план обязательной части для профилей подготовки образовательной программы с указанием примерных наименований модулей ОПОП ВО, рекомендуемой трудоемкости каждого модуля, рекомендуемого объема обязательной части модулей.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений, устанавливается образовательной организацией. Она дополняет обязательную часть при формировании установленных индикаторов компетенций.

При проектировании учебного плана рекомендуется использовать модульную структуру. Практико-ориентированность образования, деятельностный подход могут быть реализованы с помощью учебного события, которое определяется как интегрирующий элемент (дисциплина, практика), позволяющий обучающимся использовать в ситуациях, максимально приближенным к реальным условиям профессиональной деятельности, знания и умения, полученные при освоении различных дисциплин модуля.

Мес	Сентябрь							Октябрь							Ноябрь							Декабрь							Январь							Февраль							Март							Апрель							Май							Июнь							Июль							Август						
Нед	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52																																
I									*									Э	*		Э	Э	К				*													Э	Э	Э	Э	У	У	У	У	К	К	К	К	К	К																															
II									*									Э	*		Э	Э	К				*													Э	Э	Э	Э	Э	П	П	П	П	К	К	К	К	К	К																														
III									*									Э	*		Э	Э	К				*												Э	Э	Э	Э	Э	П	П	П	П	К	К	К	К	К	К																															
IV									*									Э	*		Э	Э	К				*											Э	Э	Э	Э	Э	П	П	П	П	Д	Д	К	К	К	К	К	К																														

### Сводные данные

		Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4			Итого
		сем. 1	сем. 2	Всего	сем. 3	сем. 4	Всего	сем. 5	сем. 6	Всего	сем. 7	сем. 8	Всего	
	Теоретическое обучение	16 5/6	16 3/6	33 2/6	16 5/6	16	32 5/6	16 5/6	15 1/6	32	16 2/6	8 3/6	24 5/6	123
Э	Экзаменационные сессии	2 5/6	2 5/6	5 4/6	2 5/6	3 2/6	6 1/6	2 5/6	2 1/6	5	3 2/6	2 5/6	6 1/6	23
У	Учебная практика		4	4										4
П	Производственная практика					4	4		6	6				10
Пд	Преддипломная практика											6	6	6
Д	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы											3	3	3
Г	Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена											1	1	1
К	Каникулы	1	6	7	1	6	7	1	6	7	1	8	9	30
*	Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	2/6	4/6	2	2/6	4/6	2	2/6	4/6	2	2/6	4/6	2	8
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)		более 39 нед			более 39 нед			более 39 нед			более 39 нед			
Итого		22	30	52	22	30	52	22	30	52	22	30	52	208

Индекс	Наименование	Экз мен	Зачет	Зачет с оц.	КР	Экспер тное	Факт	Часов в з.е.	Экспер тное	По плану	Контакт часы	СР	Конт роль
<b>Дисциплины (модули)</b>													
<b>Базовая часть</b>													
б1.0.01	<b>Социально-гуманитарный</b>	<b>23</b>	<b>12334</b>			<b>24</b>	<b>24</b>		<b>864</b>	<b>864</b>	<b>392</b>	<b>364</b>	<b>108</b>
б1.0.01.01	Философия	2				4	4	36	144	144	72	36	36
б1.0.01.02	Социология		3			3	3	36	108	108	36	72	
б1.0.01.03	Политология		3			3	3	36	108	108	36	72	
б1.0.01.04	Экономика	3				4	4	36	144	144	72	36	36
б1.0.01.05	Правоведение		12			6	6	36	216	216	108	108	
б1.0.01.06	Психология		4			4	4	36	144	144	68	40	36
б1.0.02	<b>Историко-филологический</b>	<b>11344</b>	<b>11234</b>			<b>30</b>	<b>30</b>		<b>1080</b>	<b>1080</b>	<b>486</b>	<b>414</b>	<b>180</b>
б1.0.02.01	Русский язык и культура речи	1				4	4	36	144	144	72	36	36
б1.0.02.02	Иностранный язык	4	123			10	10	36	360	360	144	180	36
б1.0.02.03	История мировой литературы	34				8	8	36	288	288	144	72	72
б1.0.02.04	История (история России, всеобщая история)	1				4	4	36	144	144	54	54	36
б1.0.02.05	Культурология		1			2	2	36	72	72	36	36	
б1.0.02.06	Коммуникативный потенциал текста		4			2	2	36	72	72	36	36	
б1.0.03	<b>Информационно-технологический</b>		<b>15</b>			<b>6</b>	<b>6</b>		<b>216</b>	<b>216</b>	<b>108</b>	<b>108</b>	
б1.0.03.01	Цифровые коммуникации		5			3	3	36	108	108	54	54	
б1.0.03.02	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях		1			3	3	36	108	108	54	54	
б1.0.04	<b>Модуль, формирующий компетенции физической культуры</b>		<b>23</b>			<b>2</b>	<b>2</b>		<b>72</b>	<b>72</b>	<b>28</b>	<b>44</b>	
б1.0.04.01	Физическая культура и спорт		23			2	2	36	72	72	28	44	
б1.0.05	<b>Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности</b>		<b>6</b>			<b>3</b>	<b>3</b>		<b>108</b>	<b>108</b>	<b>36</b>	<b>72</b>	
б1.0.05.01	Безопасность жизнедеятельности		6			3	3	36	108	108	36	72	
б1.0.06	<b>Модуль общепрофессиональной подготовки</b>	<b>123356 6788</b>	<b>255677</b>		<b>35</b>	<b>63</b>	<b>63</b>		<b>2268</b>	<b>2268</b>	<b>918</b>	<b>990</b>	<b>360</b>
б1.0.06.01	Введение в коммуникационные специальности	1				4	4	36	144	144	54	54	36
б1.0.06.02	Основы теории коммуникаций	3	2			7	7	36	252	252	108	108	36
б1.0.06.03	Теория и практика связей с общественностью	23			3	10	10	36	360	360	126	162	50
б1.0.06.04	Теория и практика рекламы	7	6			7	7	36	252	252	108	108	36
б1.0.06.05	Нарратология в рекламе и связях с общественностью	8	7			7	7	36	252	252	108	108	36
б1.0.06.06	Интегрированные коммуникации	6	5		5	7	7	36	252	252	108	108	36
б1.0.06.07	Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	5				7	7	36	252	252	90	126	36
б1.0.06.08	История и актуальные проблемы журналистики	6	5			7	7	36	252	252	108	108	36
б1.0.06.09	Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью	8	7			7	7	36	252	252	108	108	36
						<b>170</b>	<b>170</b>		<b>4608</b>	<b>4608</b>	<b>1800</b>	<b>1807</b>	<b>640</b>

**Формируемая участниками образовательных отношений**

б1.в.01	Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления	4			5	5	36	180	180	72	72	36	
б1.в.02	Корпоративная культура в системе государственного и муниципального управления	4			5	5	36	180	180	72	72	36	
б1.в.03	Современная пресс-служба в системе государственного и муниципального управления	6			5	5	36	180	180	72	72	36	
б1.в.04	Консалтинг в системе государственного и муниципального управления	7			5	5	36	180	180	72	72	36	18
б1.в.05	Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления	2			6	6	36	216	216	72	108	36	
б1.в.06	PR первого лица в системе государственного и муниципального управления	5			5	5	36	180	180	72	72	36	
б1.в.07	Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления		3		3	3	36	108	108	54	54		
б1.в.08	Медиакоммуникации в системе государственного и муниципального управления	5			5	5	36	180	180	72	72	36	
б1.в.09	Технологии создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления	8	7		6	6	36	216	216	90	90	36	
б1.в.10	Организация и проведение коммуникационных кампаний в системе государственного и муниципального управления	7	6	7	6	6	36	216	216	90	90	36	
б1.в.д.01	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1</b>	<b>2</b>			<b>4</b>	<b>4</b>		<b>144</b>	<b>144</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	<b>18</b>
б1.в.д.01.01	История рекламы	2			4	4	36	144	144	54	54	36	18
б1.в.д.01.02	Скрытая реклама	2			4	4	36	144	144	54	54	36	18
б1.в.д.02	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2</b>	<b>1</b>			<b>5</b>	<b>5</b>		<b>180</b>	<b>180</b>	<b>54</b>	<b>90</b>	<b>36</b>	
б1.в.д.02.01	История связей с общественностью	1			5	5	36	180	180	54	90	36	
б1.в.д.02.02	Отечественный и зарубежный опыт в связях с общественностью	1			5	5	36	180	180	54	90	36	
б1.в.д.03	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3</b>	<b>8</b>			<b>4</b>	<b>4</b>		<b>144</b>	<b>144</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	
б1.в.д.03.01	Религиоведение	8			4	4	36	144	144	54	54	36	
б1.в.д.03.02	История мировых религий	8			4	4	36	144	144	54	54	36	
б1.в.д.04	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4</b>	<b>7</b>			<b>4</b>	<b>4</b>		<b>144</b>	<b>144</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	<b>18</b>
б1.в.д.04.01	Антикризисный PR	7			4	4	36	144	144	54	54	36	18
б1.в.д.04.02	Конфликтология	7			4	4	36	144	144	54	54	36	18
б1.в.д.05	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5</b>	<b>5</b>			<b>4</b>	<b>4</b>		<b>144</b>	<b>144</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	
б1.в.д.05.01	Русская орфография и пунктуация	5			4	4	36	144	144	54	54	36	
б1.в.д.05.02	Практический курс русского языка	5			4	4	36	144	144	54	54	36	
б1.в.д.06	<b>Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6</b>	<b>7</b>			<b>4</b>	<b>4</b>		<b>144</b>	<b>144</b>	<b>54</b>	<b>54</b>	<b>36</b>	
б1.в.д.06.01	Компьютерный дизайн в связях с общественностью	7			4	4	36	144	144	54	54	36	
б1.в.д.06.02	Презентационные технологии в рекламе и связях с общественностью	7			4	4	36	144	144	54	54	36	
б1.в.д.07	<b>Элективные дисциплины по физической культуре и спорту</b>		<b>123456</b>					<b>328</b>	<b>328</b>	<b>117</b>	<b>211</b>		
б1.в.д.07.01	Общая физическая подготовка		123456					328	328	117	211		
б1.в.д.07.02	Спортивные игры		123456					328	328	117	211		
					<b>76</b>	<b>76</b>		<b>3064</b>	<b>3064</b>	<b>1179</b>	<b>1345</b>	<b>540</b>	<b>54</b>
					<b>204</b>	<b>204</b>		<b>7672</b>	<b>7672</b>	<b>3147</b>	<b>3337</b>	<b>1188</b>	<b>493</b>

Практика														
Основная часть														
б2.0.01(П)	Производственная практика: профессионально-творческая практика		4	6		15	15	36	540	540		540		
б2.0.02(П)	Производственная практика: Преддипломная практика			8		9	9	36	324	324		324		
						24	24		864	864		864		
Формируемая участниками образовательных отношений														
б2.0.01(У)	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика		2			6	6	36	216	216		216		
						6	6		216	216		216		
						30	30		1080	1080		1080		
Государственная итоговая аттестация														
б2.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена					1.5	1.5	36	54	54		54		
б2.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					4.5	4.5	36	162	162		162		
						6	6		216	216		216		
						6	6		216	216		216		
Культурные дисциплины														
ФТД.01	Подготовка и исполнение публичного выступления					2	2	36	72	72		72		
ФТД.02	Факультатив 2					2	2	36	72	72		72		
						4	4		144	144		144		
						4	4		144	144		144		

#### 5.4. Рабочие программы дисциплин (модулей) и практик

Индекс	Наименование и краткое содержание дисциплины (модулей) и практик	Компетенции	Объем, з.е.
Б1.О.01	<p>Социально-гуманитарный</p> <p>Изучение фундаментальных социо-гуманитарных дисциплин («Философия», «Социология», «Политология», «Экономика», «Правоведение», «Психология») является общепринятым в мировой практике способом формирования самосознания специалистов высшей квалификации в области образования. Модуль направлен на формирование широкого кругозора студента в области социально-гуманитарных наук. Это подразумевает наличие у выпускника знаний, умений и навыков, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность в условиях современного этапа развития общества в России и мире. Целесообразно строить обучение на изложении имеющейся теоретической информации и обсуждении актуальных практических вопросов.</p> <p>В рамках модуля рекомендуется вводить учебные дисциплины, ориентированные на изучение русской и зарубежной философии, общественных государственных институтов, действующих правовых норм и экономических отношений, основ социологии, политологии, культурологии, психологии и др.</p>	УК-1. УК-2. УК-3. УК-4. УК-5. УК-6.	24

<p>Б1.О. 01.01</p>	<p>Философия</p> <p>Цель курса: формирование у обучающихся мировоззренческой культуры, интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к эпистемологическому и герменевтическому анализу исторических событий и фактов действительности, осмысление обучающимися основных этапов философского познания природы общества и законов его развития.</p> <p>Задачи курса: - раскрыть содержание проблем, составляющих предмет современной теории познания;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- охарактеризовать современные тенденции развития эпистемологического знания;</li> <li>- выявить роль герменевтики в исследовании бытия человека и общества в целом, в функционировании и развитии социальных систем;</li> <li>- способствовать созданию у обучающихся целостного системного представления о мире и месте человека в нем, а также формированию и развитию философского мировоззрения;</li> <li>- способствовать осмыслению и усвоению идеи единства мирового историко- культурного процесса;</li> <li>- выработать навыки объективной оценки событий и фактов действительности;</li> <li>- развить умение логично формулировать, излагать и аргументированно отстаивать собственное видение рассматриваемых проблем;</li> <li>- развить у обучающихся интерес к эпистемологической проблематике и герменевтическому методу.</li> </ul> <p>По завершении освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- цели и задачи дисциплины;</li> <li>- основные аспекты и закономерности развития педагогической мысли;</li> <li>- механизмы формирования мировоззрения;</li> <li>- критерии истинного знания;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- правильно использовать теоретические знания в практической деятельности по формированию методологии дисциплин гуманитарного цикла;</li> <li>- осуществлять комплексный анализ направлений своей педагогической деятельности;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- системой представлений об философском знании в психолого-педагогическом и социальном аспектах;</li> <li>- навыками формирования языковой картины мира;</li> <li>- комплексом представлений о философии как условии повышения качества научных исследований.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	<p>УК-5</p>	<p>4</p>
<p>Б1.О. 01.02</p>	<p>Социология</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: научить понимать социальные процессы, явления и отношения, изучить механизмы формирования, функционирования и взаимодействия социальных групп, личности и социальных групп, личности и общества.</p>	<p>УК-3</p>	<p>3</p>



	<p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные этапы развития социологической мысли и современные направления социологической теории;</li> <li>- основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений;</li> <li>- понятия личности, социализации, социального контроля, социального института, социальной мобильности, социальной структуры, социальной стратификации и ряда других социологических категорий;</li> <li>- культурно-исторические типы социального неравенства и стратификации; типы и формы социальной мобильности;</li> </ul> <p>уметь: связывать социологические знания с общественной практикой;</p> <p>владеть: навыками социологического анализа, описания и сравнения социальных явлений, анализа социальных и культурных тенденций, тенденций в сфере науки и т.п.</p> <p>Форма аттестации – зачет</p>		
<p>Б1.О. 01.03</p>	<p>Политология</p> <p>Цели дисциплины: основной целью дисциплины является достижение следующих образовательных результатов:</p> <p>Студент должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- объект, предмет, методы и функции политологии, ее место в системе социально-гуманитарных дисциплин;</li> <li>- политологический понятийно-категориальный аппарат;</li> <li>- этапы развития политической науки;</li> <li>- содержание и особенности развития отечественной политической мысли: ее истоки, социокультурные основания и историческую динамику;</li> <li>- роль и место политики в жизни современного общества, социальные функции политики;</li> <li>- сущность власти и властных отношений, характерные черты и особенности политической власти;</li> <li>- институциональные аспекты политики;</li> <li>- сущность политических систем и политических режимов, их типологию;</li> <li>- роль и место государства в политической системе общества;</li> <li>- сущность и функции политических партий, общественно-политических движений и электоральных систем, их классификацию;</li> <li>- происхождение, сущность и структуру гражданского общества, особенности его становления в России;</li> <li>- сущность и виды политических отношений и политических процессов;</li> <li>- сущность и причины политических конфликтов, способы управления ими;</li> <li>- сущность и содержание политических технологий;</li> <li>- роль и функции политических элит;</li> <li>- понятие политического лидерства, его разновидности;</li> <li>- сущность и компоненты политической культуры личности и</li> </ul>	<p>УК-5</p>	<p>3</p>

	<p>общества;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- характер и особенности мирового политического процесса; национально-государственные интересы России в сложившейся геополитической ситуации;</li> <li>- методологию познания политической реальности; достоинства и недостатки сравнительной политологии и экспертного политического знания;</li> <li>- существующие парадигмы политического знания;</li> <li>- возможности сравнительно-политического анализа, политической аналитики и прогностики;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять политологические знания для анализа внутривнутриполитических явлений и международных процессов;</li> <li>- оценивать реальную расстановку политических сил в стране и изменения в ее политическом спектре;</li> <li>- выявлять связь политологических знаний с профессиональной деятельностью;</li> <li>- пользоваться новыми источниками политической информации (учебниками, монографиями, материалами периодической печати и др.) для пополнения и углубления своих знаний;</li> </ul> <p>владеть навыками:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- социально-политического анализа и прогноза политических ситуаций;</li> <li>- аргументации объяснения сложных политических ситуаций в мире и российском обществе.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет</p>		
<p>Б1.О. 01.04</p>	<p>Экономика</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: приобретение обучающимися комплексных знаний об экономике как системе хозяйствования, о состоянии и тенденциях экономического развития страны и мира, закономерностях и противоречиях эволюции экономических отношений. По завершении освоения дисциплины обучающийся должен Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные положения и методы экономической науки;</li> <li>- основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;</li> <li>- потребности и ресурсы общества;</li> <li>- формы и типы общественного хозяйства;</li> <li>- структуру и инфраструктуру рынка;</li> <li>- механизм функционирования рынка;</li> <li>- теории потребительского поведения; типы рынка с различной конкурентной средой;</li> <li>- сущность предприятия как основного хозяйствующего субъекта;</li> <li>- теории фирмы, методах оптимизации ее деятельности на различных типах рынков;</li> <li>- факторы производства (труд, капитал, природных ресурсов) и особенностях их функционирования; внешних эффектах и общественных благах;</li> <li>- основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической</li> </ul>	<p>УК-1</p>	<p>4</p>

	<p>политики государства.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать экономические знания для осознания социальной значимости своей будущей профессии и эффективного осуществления профессиональной педагогической деятельности;</li> <li>- структурировать изучаемый материал и методически оформлять его;</li> <li>- анализировать социально-значимые проблемы и процессы, происходящие в обществе, и прогнозировать возможное их развитие в будущем на макроуровне, применяя экономическую терминологию, лексику и основные экономические категории; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами и положениями экономической науки для решения профессиональных задач.</li> <li>- на основе стандартных теоретических моделей прогнозировать поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений и составлять информационные обзоры и/или аналитические отчет.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен.</p>		
<p>Б1.О. 01.05</p>	<p>Правоведение</p> <p>Целью освоения учебной дисциплины Правоведение является формирование у обучающихся общекультурных и общепрофессиональных компетенций, установленных ФГОС ВО в процессе изучения, повышение профессионального правового сознания и правовой культуры в процессе их знакомства с современным российским законодательством; владение теоретическими знаниями в области теории государства и права, конституционного, гражданского, семейного, трудового, административного, уголовного права; формирование навыков применения норм права в их будущей профессиональной деятельности.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Методы анализа информации, реализуемой в научной форме,</li> <li>- основы приобретения новых правовых знаний, как в общетеоретическом, так и в отраслевом аспекте;</li> <li>- базовое использование правовых механизмов для защиты прав.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы;</li> <li>- анализировать конкретные ситуации, возникающие при осуществлении профессиональной деятельности;</li> <li>- давать правовую оценку сложившейся ситуации.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками работы с информацией, в т.ч. с использованием научно обоснованных методов и современных информационных технологий;</li> <li>- производить юридическую оценку конкретных фактических обстоятельств при решении социальных и профессиональных</li> </ul>	<p>УК-2</p>	<p>6</p>

	<p>задач;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использования правовых механизмов для защиты прав.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет.</p>		
Б1.О. 01.06	<p>Психология</p> <p>Цель: формирование фундаментального психологического знания.</p> <p>Задачи курса:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ввести будущего специалиста в мир психологического знания и социальной практики.</li> <li>2. Помочь сориентироваться в личном и профессиональном саморазвитии.</li> <li>3. Закрепить умения и навыки самостоятельной работы с учебной и научно- исследовательской литературой.</li> </ol> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- становление предмета психологической науки;</li> <li>- место психологии в системе наук;</li> <li>- роль психологии в современном обществе;т.</li> <li>- задачи, методы и отрасли современной психологии;</li> <li>- этапы развитие психики;</li> <li>- основные психические процессы;</li> <li>- определения: «индивид», «личность», «индивидуальность», «сознание и бессознательное»;</li> <li>- темперамент и характер, их место в структуре индивидуальных свойств личности;</li> <li>- природу человеческих способностей.</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использовать знания, полученные при изучении дисциплины на практике;</li> <li>- использовать тезаурус психологической науки.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными понятиями дисциплины;</li> <li>- приемами работы со специальной литературой, информационной поисковой работы и приемами критического анализа научной информации.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет.</p>	УК-6	4
Б1.О. 02	<p>Историко-филологический</p> <p>Историко-филологический модуль направлен на формирование навыков грамотной письменной и устной речи у будущих профессионалов на родном и иностранном языках на современном медийном материале.</p> <p>Дисциплины модуля предназначены для формирования у обучающихся навыков построения речи в соответствии с нормами русского и иностранного языков; формирования коммуникативных компетенций с целью эффективного общения в социокультурной, академической и профессиональной сферах в условиях поликультурной и многоязычной среды в реальных ситуациях профессионального общения в устной и письменной форме.</p> <p>В рамках дисциплин данного модуля необходимо дать общее представление о месте литературы и искусства в целостной системе мировой культуры, углубить и систематизировать</p>	УК-4. УК-5	30

	<p>имеющиеся знания по отечественной истории, показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории.</p>		
<p>Б1.О. 02.01</p>	<p>Русский язык и культура речи</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: развитие языковой и коммуникативной компетенции обучающихся и формирование у них готовности к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи: знания структуры национального языка, его функционально-стилевых разновидностях, принципов составления текстов разных стилей, качеств логичности и правильности речи, приемов теории аргументации; умения использовать языковые средства в соответствии с целями и ситуацией общения, логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, работать с разными типами и источниками информации; владение языковыми нормами, навыками делового общения, приемами кооперации с коллегами, работой в коллективе.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <p>нормы произношения и ударения;</p> <p>особенности грамматического и синтаксического строя языка;</p> <p>жанровые особенности текстов в связях с общественностью и рекламе, в разных сферах общественной жизни;</p> <p>уметь:</p> <p>строить тексты разных типов и стилей речи;</p> <p>применять на практике полученные знания по русскому языку и культуре речи.</p> <p>владеть:</p> <p>литературным языком;</p> <p>понятийно-категориальным аппаратом по дисциплине.</p> <p>Форма аттестации – экзамен.</p>	<p>УК-4</p>	<p>4</p>
<p>Б1.О. 02.02</p>	<p>Иностранный язык</p> <p>Цели и задачи дисциплины:</p> <p>Целью обучения иностранному языку является формирование профессиональной и иноязычной компетентности обучающихся неязыковых специальностей. Профессиональная компетентность является интегральной характеристикой личности специалиста, отражающая не только степень овладения знаниями, умениями и навыками в той или иной области профессиональной деятельности, но и личностные качества, отражающие умение эффективно действовать в обществе.</p> <p>По окончании курса обучающийся должен:</p>	<p>УК-4</p>	<p>10</p>

	<p>Знать: фонетические, лексические, грамматические особенности изучаемого иностранного языка</p> <p>Уметь: читать, переводить, общаться на бытовую тематику</p> <p>Владеть: системой основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей.</p> <p>Форма аттестации – экзамен, зачет</p>		
Б1.О. 02.03	<p>История мировой литературы</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: изучить литературный процесс России и мире с античности до современности; получить представление о характере художественно-смыслового пространства мировой словесности, литературоцентричности культуры, специфике литературных направлений, школ и групп, внутренних закономерностях развития искусства слова и творческой индивидуальности крупнейших мировых писателей.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные этапы развития русской литературы,</li> <li>- место литературных направлений, писателей и поэтов в отечественном литературном процессе;</li> <li>- значение русской литературы в формировании духовно-нравственного начала человека,</li> <li>- преемственность традиций и новаторство в развитии литературы, творчество крупных русских писателей и поэтов;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дать оценку литературной ситуации, художественному произведению, творчеству писателя (поэта) в целом,</li> <li>- обобщать информацию;</li> <li>- анализировать и интерпретировать текст;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- культурой мышления, навыками анализа художественного произведения, написания реферата, составления библиографии, базовыми именами писателей и поэтов, названиями и содержанием, особенностями поэтики их основных произведений;</li> <li>навыками выступлений, дискуссий, докладов по проблемам литературы.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен.</p>	УК-5	8
Б1.О. 02.04	<p>История (история России, всеобщая история)</p> <p>Цели и задачи учебной дисциплины. Цели дисциплины: формирование у обучающихся систематизированных и обобщенных на проблемном уровне знаний по истории России с учетом различных политических, идеологических, территориальных, культурных и социально-экономических процессов. Курс призван расширить и обобщить знания, полученные обучающимися в школе, раскрыть новые содержательные аспекты истории Отечества, привлечь внимание к ключевым проблемам истории России и их взаимосвязи с современным развитием страны.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоение обучающимися системы знаний об основных событиях</li> </ul>	УК-5	4

	<p>многовековой истории России в их причинно-следственной связи, месте отечественной истории в мировом историческом процессе, а также о теоретической проблематике данного курса;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрытие культурных, ценностных основ Российского государства;</li> <li>- воспитание у обучающихся чувства уважения к истории Отечества как важнейшего элемента национальной идентичности,</li> <li>- выработка обучающимися умения формулировать и аргументированно отстаивать личную точку зрения;</li> <li>- формирование навыков самостоятельной работы с историческим источником, научно- исследовательской, учебной и справочной литературой.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– свои права и обязанности как гражданина своей страны;</li> <li>– особенности развития современного информационного общества.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– использовать основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук при решении социальных и профессиональных задач;</li> <li>– использовать Гражданский Кодекс, другие правовые документы в своей деятельности.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способностью анализировать социально-значимые проблемы и процессы;</li> <li>– способностью понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен.</p>		
<p>Б1.О. 02.05</p>	<p>Культурология</p> <p>Цели и задачи учебной дисциплины</p> <p>Целью курса познакомить обучающихся с категориальным аппаратом данной области знания, дать представление о специфике и закономерностях развития мировой культуры, научить различать мировоззренческие установки различных исторических и национальных культур, понимать, как специфика той или иной культуры будет проявляться ее носителями о отношению к социуму; ознакомить обучающихся со структурой и составом современного культурологического знания, методами культурологических исследований, с представлением о культуре в целом как о стратегической социальной проблеме современности, тесно связанной с проблемой экологической безопасности мирового сообщества (культура и природа, культура и общество, культура и личность, культура и глобальные проблемы современности).</p> <p>Задачи учебного курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формирование способности понимать специфику различных культур,</li> <li>– выявлять их исходные мировоззренческие установки и иерархии ценностей,</li> <li>– влияние последних на развитие общества, сознавать роль</li> </ul>	<p>УК-5</p>	<p>2</p>

	<p>мировоззрения в духовной сфере и культуре, в первую очередь в культуре России,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– формулировать собственную мировоззренческую позицию, исходя из поставленных в рамках дисциплины проблем.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– базовые ценности мировой культуры;</li> <li>– основные положения и методы социальных, гуманитарных и экономических наук.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оперировать знаниями в профессиональной деятельности;</li> <li>– ставить цель и выбирать пути её достижения;</li> <li>– формулировать собственную мировоззренческую позицию, исходя из поставленных в рамках дисциплины проблем.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способностью к обобщению, анализу, восприятию информации;</li> <li>– культурой мышления.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет.</p>		
<p>Б1.О. 02.06</p>	<p>Коммуникационный потенциал текста</p> <p>Цель освоения дисциплины: расширение и углубление языковедческой подготовки филолога; обучение сознательному подходу к языковым фактам и использованию языковых средств в зависимости от конкретных условий речевого общения.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с основными языковыми особенностями текстов различных стилей;</li> <li>- формирование умения грамотно подбирать к каждому тексту стилистические уместные лексические единицы и синтаксические конструкции;</li> <li>- овладение навыками правки текста с позиций точности, грамотности, простоты восприятия, усиления выразительности.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы стилистики и литературного редактирования;</li> <li>- специфику текста как языковой единицы и как объекта литературного редактирования;</li> <li>- основные приемы и принципы редакторской правки текста.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- строить и редактировать тексты разных функциональных стилей.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка;</li> <li>- навыками использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов;</li> <li>- навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста;</li> <li>- принципами редактирования текстов разных жанров с учетом принятой системы специальных редакторских терминов и знаков.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет.</p>	<p>УК-5</p>	<p>2</p>



Б1.О. 03	Информационно-технологический модуль	ОПК-6. ПКО-3.	6
Б1.О. 03.01	<p>Цифровые коммуникации</p> <p>Цель дисциплины – сформировать представление о принципах использования современных компьютерных и телекоммуникационных технологий в профессии специалиста по связям с общественностью и менеджера по рекламе, об основных техниках и приёмах эффективного применения информационно-вычислительной техники и средств коммуникации для достижения задач, поставленных перед специалистом по связям с общественностью и рекламе, а также ознакомление с системой терминов цифровых коммуникаций для обозначения ключевых понятий в рекламных связях с общественностью и массовой коммуникации.</p> <p>Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач: - дать системное представление о современных компьютерных и телекоммуникационных технологиях; - дать представление о понятийном аппарате телекоммуникационных и компьютерных технологий в рекламе и связях с общественностью; - охарактеризовать телекоммуникационные технологии, используемые в рекламе и связях с общественностью: сетевую рекламу, корпоративные сайты, вирусные технологии, краудсорсинг и др.</p> <p>Форма аттестации – зачет.</p>	ОПК-6. ПКО-3.	3
Б1.О. 03.02	<p>Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях</p> <p>Цель дисциплины - дать представление о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта.</p> <p>Задачи дисциплины: - охарактеризовать применение современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. - дать представление о современных российских и зарубежных базах данных- сформировать представление о систематизированной информации для использования в профессиональной деятельности. - обучить процессам и методам поиска, сбора, хранения, обработки, распространения информации с учетом особенностей Федеральных законов «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 N 149-ФЗ и «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ.</p> <p>Форма аттестации – зачет.</p>	ОПК-6. ПКО-3.	3

Б1.О. 04	<p>Модуль, формирующий компетенции физической культуры</p> <p>Модуль включает дисциплину «Физическая культура и спорт».</p> <p>Основное назначение модуля связано с формированием здорового образа жизни у обучающихся. Сущность и содержание дисциплин данного модуля раскрывает особенности применения разнообразных средств безопасности, сохранения и укрепления собственного здоровья и здоровья обучающихся. Особое внимание в модуле уделяется саморазвитию средствами и методами физического воспитания и укреплению здоровья для достижения должного уровня физической подготовленности к полноценно социальной и профессиональной деятельности</p>	УК-7	2
Б1.О. 04.01	<p>Физическая культура и спорт</p> <p>Цели и задачи дисциплины</p> <p>Цель освоения дисциплины «Физическая культура»- сформировать у обучающихся умение управлять жизненно необходимыми двигательными действиями в различных условиях и вырабатывать потребность к систематическим занятиям физическими упражнениями, что является необходимым компонентом здорового образа жизни.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;</li> <li>- знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;</li> <li>- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;</li> <li>- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;</li> <li>- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;</li> <li>- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.</li> </ul> <p>Для освоения дисциплины физическая культура обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <p>цели и задачи физической культуры, овладеть системой научно-практических и специальных знаний, необходимых для понимания природных и социальных процессов функционирования физической культуры общества и личности, раскрывающей сущность явлений и научные факты, объективные связи между ними, объясняющие необходимость формирования физической культуры в личности;</p>	УК-7	2

	<p>влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний, вредных привычек и увеличение продолжительности жизни;</p> <p>способы контроля и оценки индивидуального физического развития и физической подготовленности;</p> <p>правила и способы планирования системы индивидуальных занятий физическими упражнениями различной направленности;</p> <p>уметь:</p> <p>использовать полученные знания для личностного и профессионального роста, поддержания здорового образа жизни при выполнении учебной, профессиональной и социальной деятельности;</p> <p>выполнять индивидуально подобранные комплексы по общей физической подготовке для повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья;</p> <p>владеть:</p> <p>навыками применения жизненно-важных двигательных умений в профессиональной деятельности и повседневной жизни;</p> <p>методами и технологиями пропаганды здорового образа жизни. средствами и методами укрепления своего здоровья и здоровья обучающихся, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности;</p> <p>опытом организации и проведения индивидуального, коллективного и семейного отдыха, участия в массовых – спортивных соревнованиях.</p> <p>Форма аттестации – зачет.</p>		
Б1.О.05	Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности	УК-8	3
Б1.О.05.01	<p>Безопасность жизнедеятельности»</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: сформировать представление о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности и безопасности взаимодействия человека со средой обитания (производственной, бытовой, городской, природной). Основной задачей изучения дисциплины является приобретение теоретических знаний и практических навыков, необходимых для: создания комфортного или допустимого состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека; идентификации негативных воздействий среды обитания естественного и антропогенного происхождения; разработки и реализации мер защиты человека и природной среды от негативных воздействий; проектирования и эксплуатации технических средств, технологических процессов и объектов экономики в соответствии с требованиями по безопасности и экологичности; обеспечения устойчивого функционирования объектов и технических систем в штатных и чрезвычайных ситуациях;</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p>	УК-8	3

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «Человек – Среда обитания»;</li> <li>- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности;</li> <li>- основы физиологии и рациональные условия трудовой деятельности;</li> <li>- анатомо-физиологические последствия воздействий на организм человека травмирующих и вредных факторов; идентификацию травмирующих, вредных и поражающих факторов чрезвычайных ситуаций;</li> <li>- средства и методы повышения безопасности и экологичности технических систем и технологических процессов; методы исследования устойчивости функционирования объектов экономики и технических систем в чрезвычайных ситуациях;</li> <li>- методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их исследования.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- проводить контроль и оценку параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям;</li> <li>- эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности;</li> <li>- планировать и осуществлять мероприятия по повышению устойчивости объектов экономики и технических систем;</li> <li>- осуществлять безопасную и экологичную эксплуатацию объектов экономики и технических систем;</li> <li>- планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций. владеть:</li> <li>- приемами применения первичными средствами пожаротушения;</li> <li>- навыками поведения в различных чрезвычайных ситуациях.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет.</p>		
Б1.О.06	Модуль общепрофессиональной подготовки	ОПК-1. ОПК-2. ОПК-3. ОПК-4. ОПК-5. ОПК-6. ОПК-7.	63
Б1.О.06.01	<p>Введение в коммуникационные специальности</p> <p>Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению «Реклама и связи с общественностью», изучается в первом семестре первого года обучения, носит пропедевтический характер и направлена на формирование у студентов первоначальных представлений о специфике рекламы и связей с общественностью как вида профессиональной деятельности. При изучении дисциплины обучающийся должен приобрести умения и навыки отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в</p>	ОПК-4; ОПК-5	4

	<p>профессиональной деятельности, использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий или групп общественности, учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития</p> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.О.06.02	<p>Основы теории коммуникаций»</p> <p>Цель освоения дисциплины: изучение основных понятий теории коммуникации</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представлений о видах и уровнях коммуникации, навыков анализа коммуникативных ситуаций;</li> <li>- формирование коммуникативной культуры, в том числе навыков эффективного владения невербальными средствами общения;</li> <li>- формирование потребности в повышении общей гуманитарной культуры.</li> </ul> <p>По завершении освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные понятия коммуникации, ее виды, уровни и сферы;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять полученные знания в различных коммуникативных ситуациях;</li> <li>- устанавливать контакт с собеседником;</li> <li>- преодолевать барьеры коммуникации;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- коммуникативной культурой;</li> <li>- невербальными средствами общения.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен, зачет</p>	ОПК-2; ОПК-5.	7
Б1.О.06.03	<p>Теория и практика связей с общественностью»</p> <p>Цель освоения дисциплины: овладение комплексом знаний и функций специалиста по связям с общественностью, надлежащими представлениями о данной профессии и ее роли в современном обществе.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научить осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;</li> <li>- научить определять PR-стратегию развития организации;</li> <li>- научить применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации;</li> <li>- научить строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание основных понятий и терминов изучаемой дисциплины;</li> <li>- структуру и основное содержание корпоративной культуры,</li> <li>- содержание и функции корпоративного кодекса;</li> </ul>	ОПК-1; ПКО-1; ПК-4.	10

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них связей с общественностью;</li> <li>- основы взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой коммуникации;</li> <li>- цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций;</li> <li>- основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей (в аспекте информационной безопасности субъекта в пределах своей компетенции).</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;</li> <li>- определять PR-стратегию развития организации;</li> <li>- применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации;</li> <li>- строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- категориально-понятийным аппаратом в сфере связей с общественностью;</li> <li>- навыками организации системы сбора информации для планирования PR-деятельности предприятий;</li> <li>- методиками оценок эффективности PR-кампаний.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
<p>Б1.О. 06.04</p>	<p>Теория и практика рекламы</p> <p>Цель освоения дисциплины: подготовка специалистов, владеющих знаниями о рекламной деятельности в современном информационно-коммуникативном пространстве и умеющих применять полученные знания и навыки в профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– усвоение предмета, принципов, категорий, базовых знаний о сущности рекламы, областях его применения и основных направлениях, содержании и формах рекламы в коммуникативном процессе;</li> <li>- развитие представлений об истории становления, современном состоянии и перспективах развития рекламы в общемировом пространстве;</li> <li>– понимание специфики развития данной дисциплины в современных российских условиях; формирование представлений о рекламе и её национальных особенностях;</li> <li>– знакомство со спецификой разработки и внедрения рекламных проектов;</li> <li>– приобретение умений и навыков, необходимых для оказания рекламных услуг в коммерческой, социальной и политической сферах и разработки рекламных кампаний;</li> <li>– формирование целостного представления о возможностях и</li> </ul>	<p>ОПК-4; ОПК-6.</p>	<p>7</p>

	<p>ресурсах рекламы в коммуникативном процессе;  – углубление представлений о современных методах работы специалистов в сфере рекламы.  В результате изучения дисциплины обучающийся должен:  знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущностные характеристики рекламы, эволюцию взглядов на рекламу;</li> <li>- содержание теорий и концепций, относящихся к рекламе в коммуникативном процессе;</li> <li>- предметные и видовые модификации рекламы;</li> <li>- специфику взаимодействия рекламы со средствами массовой информации;</li> <li>- состояние различных видов рекламы в США, странах Западной Европы и в России;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять рекламные технологии;</li> <li>- разработать план, стратегию и тактику рекламной кампании;</li> <li>- осознанно применять социологические исследования аудитории средств массовой информации при определении стратегии рекламной деятельности;</li> <li>- анализировать приемы и методы медиапланирования, применяемые в рекламных кампаниях;</li> <li>- находить пути оптимизации рекламной деятельности с целью социально- психологического воздействия рекламы на потребителя;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками ведения рекламной деятельности;</li> <li>- навыками видения оптимального решения проблем рекламной деятельности, определения целей и альтернатив;</li> <li>- навыками медиапланирования;</li> <li>- навыками создания коммерческой, социальной и политической рекламы;</li> </ul> <p>-методами исследования в сфере рекламы.  Форма аттестации – зачет, экзамен</p>		
<p>Б1.О. 06.05</p>	<p>Нарратология в рекламе и связях с общественностью  Цели и задачи освоения дисциплины:  Цель преподавания дисциплины - ознакомить обучающихся с базовыми понятиями нарратологии, с современными концепциями нарративной рекламы, ее признаками, категориями и типами.  Задачами преподавания дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение базовых понятий современной теории текста;</li> <li>- освоение методов анализа текста с позиций его признаков и критериев, структуры и типологии;</li> <li>- ознакомление с современными подходами к тексту в копирайтинге;</li> <li>- формирование навыков выделения жанровой модели текста в рекламе;</li> <li>- выработка навыков продуцирования копирайтерского текста определенной жанровой разновидности</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:  знать:</p>	<p>ОПК-1; ОПК-3.</p>	<p>7</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- базовые понятия современной теории текста;</li> <li>- современные подходы к речи/тексту в копирайтинге;</li> <li>- технологии создания копирайтерского продукта;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать тексты с позиций его признаков и критериев, структуры и типологии;</li> <li>- продуцировать PR-тексты различных жанровых разновидностей для достижения профессиональных целей и задач посредством копирайтинга;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками анализа и трансформации текста;</li> <li>- навыками выделения жанровой модели копирайтерского текста в рекламе и СО;</li> <li>- навыками продуцирования копирайтерского текста определенной жанровой разновидности.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет, экзамен</p>		
<p>Б1.О. 06.06</p>	<p>Интегрированные коммуникации</p> <p>Целью курса является формирование у обучающихся представления о сущности интегрированных коммуникаций, о необходимости принятия оптимальных решений в области коммуникационных процессов, а также выработать умение анализировать, планировать и контролировать коммуникационную деятельность.</p> <p>Основными задачами являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получение комплекса знаний о месте маркетинговых коммуникаций в информационной индустрии и коммуникационном пространстве современного общества;</li> <li>- достижение понимания обучающимися, как происходит управление коммуникационным процессом;</li> <li>- формирование у обучающихся взгляда на коммуникационный менеджмент как на важнейший фактор эффективности интегрированных коммуникаций на современном этапе их развития;</li> <li>- формирование представления о коммуникационном процессе;</li> <li>- рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию;</li> <li>- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой информации и коммуникационной деятельностью в современном мире;</li> <li>- формирование понимания механизмов интеграции коммуникационных средств друг с другом;</li> <li>- показать взаимодействия рекламы и связей с общественностью с другими коммуникационными средствами.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;</li> <li>- правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;</li> </ul>	<p>ОПК-5; ОПК-6; ПКО-1</p>	<p>7</p>



	<p>- основы правового регулирования и саморегулирования рекламно- коммуникационной деятельности</p> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;</li> <li>- способностью проведения ситуационного анализа;</li> <li>- механизмами ведения переговоров;</li> <li>- основными технологиями работы с рекламными текстами;</li> <li>- подходами к использованию методов коммуникации.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет, экзамен</p>		
Б1.О. 06.07	<p>Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы</p> <p>Цель дисциплины – формирование регулятивного компонента профессионального сознания будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дать представления о праве как о виде социального регулятора профессиональной деятельности;</li> <li>- продемонстрировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью;</li> <li>- обозначить зоны рисков в публичных коммуникациях.</li> <li>- дать представление о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности;</li> <li>- рассмотреть этику и профессиональную нравственность в качестве эффективных инструментов оптимизации профессиональной деятельности в сфере коммуникаций;</li> <li>- сформировать представление о разработанных профессиональным сообществом этических нормах,</li> <li>- мотивировать обучающихся к следованию профессиональной этике при решении профессиональных задач.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	ОПК-5; ОПК-7.	7
Б1.О. 06.08	<p>История и актуальные проблемы журналистики</p> <p>Цель освоения дисциплины: дать обучающимся необходимое системное представление об истории журналистики, о ее наиболее значительных событиях, фактах, об основных закономерностях зарождения и развития периодической печати в мире.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– исследовать основные этапы и национальные особенности развития журналистики в России, странах Запада и континентальной Европы;</li> <li>– раскрыть влияние политических, экономических, технических, ментальных факторов на развитие журналистики;</li> <li>– проследить воздействие журналистики на ход важнейших исторических событий;</li> <li>– познакомиться с творчеством выдающихся публицистов разных</li> </ul>	ОПК-1; ОПК-2.	7

	<p>стран, с функционированием наиболее ярких, значимых периодических изданий.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- историю и закономерности развития журналистики;</li> <li>- лучшие ее образцы;</li> <li>- понимать значение ее опыта для практики современных СМИ и работы журналиста;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать опыт мировой журналистики;</li> <li>- ориентироваться на ее лучшие образцы;</li> <li>- применять полученные знания в своей профессиональной работе;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основными методами и подходами исследовательской и практической работы;</li> <li>- навыками социально-исторического анализа.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет, экзамен</p>		
Б1.О. 06.08	<p>Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: формирование умения целесообразного использования языковых единиц и выразительных средств языка в зависимости от содержания, темы, типа речи и функционально стилевой принадлежности текста; формирование навыков усовершенствования текста, практического устранения имеющихся в нем речевых, стилистических недостатков; знакомство обучающихся с основами литературной правки текста; формирование представления о нормативном использовании языковых средств и устранении ошибок разных типов (речевых, стилистических) в письменной речи.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные категории лингвостилистики и литературного редактирования;</li> <li>- языковые особенности функциональных стилей речи;</li> <li>- типы ошибок письменного текста;</li> <li>- основы правки текста;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- видеть текст в комплексе его стилистических составляющих и критически оценивать его с точки зрения стилистической нормы;</li> <li>- уметь пользоваться функционально-стилевыми разновидностями языка в соответствии с той или иной речевой задачей;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками профессионального литературного редактирования.</li> </ul> <p>Форма аттестации – зачет, экзамен</p>	ОПК-1.	7
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений	УК-4. УК-5. ОПК-1. ОПК-3. ПКО-1.	76

		ПК-2. ПК-3. ПК-1. ПК-2. ПК-3. ПК-4.	
Б1.В. 01	<p>Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины:</p> <p>Цель изучения дисциплины – приобретение обучающимися базовых теоретических знаний и практических навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.</p> <p>Достижение цели подразумевает выполнение следующих задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотреть основные теоретические подходы исследований брендинга и брендбилдинга;</li> <li>- ознакомить обучающихся с основными этапами создания бренда;</li> <li>- рассмотреть вопросы организации и проведения брендинговых кампаний;</li> <li>- изучить специфику PR-коммуникаций в брендинге;</li> <li>- освоить различные методики оценки эффективности брендинга.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знать базовые понятия брендинга; специфику PR-коммуникаций в брендинге;</li> <li>- уметь организовывать и проводить брендинговые кампании;</li> <li>- владеть различными методиками оценки брендинговых кампаний.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	ПК-2; ПК-3.	5
Б1.В. 02	<p>Корпоративная культура в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины:</p> <p>Цель преподавания дисциплины - ознакомление обучающихся с моделями поведения, которые приобретены организацией в процессе адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, показавшие свою эффективность и разделяемые большинством членов организации.</p> <p>Задачами преподавания дисциплины являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство обучающихся с развитием эффективного менеджмента;</li> <li>- изучение принятой системы лидерства;</li> <li>- рассмотрение видов корпоративных культур;</li> <li>- исследование типов современных российских корпоративных культур.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретико-методологические основы корпоративной культуры;</li> <li>- общие закономерности и механизмы её формирования и развития;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять на практике методы управления формированием и</li> </ul>	ПК-2.	5

	<p>развитием организационной культуры;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять методики управления персоналом, позволяющие повысить эффективность работы организации, а также методики расчета различных показателей, включая численность персонала, эффективность мероприятий по развитию персонала, эффективность проектов по совершенствованию системы управления персоналом.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками управления организационной культурой.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В. 03	<p>Современная пресс-служба в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины:</p> <p>Цель дисциплины «Современная пресс-служба» - дать обучающимся общую характеристику современным российским государственным пресс-службам. В рамках изучения дисциплины поставлены следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы современной государственной пресс-службы;</li> <li>- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы, статусе пресс-секретаря в структуре организации;</li> <li>- формирование умения пользоваться методами информационной работы государственных учреждений со средствами массовой информации и общественностью;</li> <li>- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать: процедуры, методы, формы профессиональной работы, и особенности организации работы современной пресс-службы в разных профессиональных сферах: в государственном и муниципальном управлении, на региональном и федеральном уровнях, особенности взаимодействия пресс-секретаря с различными группами общественности, в том числе, с журналистами, с органами государственной власти.</p> <p>уметь: ориентироваться в методах планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.</p> <p>владеть: навыками процесса организации деятельности в сфере связей с общественностью, организации корпоративной работы, направленной на формирование имиджа предприятия; а также практическими навыками работы и взаимодействия со СМИ, с различными группами общественности.</p> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	ПКО-2; ПК-3	5
Б1.В. 04	<p>Консалтинг в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины:</p> <p>Цель дисциплины - усвоение обучающимися основ политического консультирования и овладение навыками практической работы в организации и проведении избирательных кампаний.</p> <p>В рамках изучения дисциплины поставлены следующие задачи:</p>	ПКО-1; ПК-2	5

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение отдельных аспектов современных политических систем;</li> <li>- формирование практических умений и навыков, в том числе по написанию «политических» текстов;</li> <li>- изучение особенностей взаимодействия между различными целевыми аудиториями;</li> <li>- подготовка и проведение публичных мероприятий;</li> <li>- организация противодействия провокациям со стороны оппонентов, организация наблюдения на избирательных участках.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знать: историю политического консультирования и его место в системе политического менеджмента, технологии организации и проведения избирательной кампании для конкретного кандидата или организации; методы работы с целевыми аудиториями; особенности целей, задач и основных этапов политического маркетинга, приёмов планирования и техники реализации политических проектов; перечень типовых проблем (юридических, организационных и т.п.), возникающих в процессе практической деятельности политического консультанта, и возможные способы их решения, с учетом специфики избирательных кампаний в условиях современной России;</li> <li>- уметь: самостоятельно разрабатывать образцы предвыборной агитации; на базе теоретического и практического материала, моделировать, анализировать, разрешать и управлять политическими конфликтами.</li> <li>- владеть: приемами политического консультирования; приемами организации деятельности службы связей с общественностью в системах государственной службы, местного самоуправления, политической партии, избирательных кампаний; методикой формирования имиджа политического деятеля; методикой написания материалов политического характера; методикой проведения пресс-конференций и брифингов по политическим темам.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В.05	<p>Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины:</p> <p>Целью курса является формирование у обучающихся комплексного представления о проблемах изучения современных тенденций развития выставочной деятельности в России и за рубежом.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- получить теоретические знания и практические навыки в области организации выставочного проекта на высококонкурентном потребительском рынке;</li> <li>- изучить мировые тенденции в развитии выставочно-ярмарочной деятельности;</li> <li>- определить основные проблемы государственного</li> </ul>	ПКО-1; ПК-1	6

	<p>регулирования ярмарочно- выставочной деятельности в России и за рубежом;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- раскрыть экономическую сущность и основные инструменты продвижения товаров на рынке;</li> <li>- изучить основные направления влияния выставочной деятельности на экономику страны;</li> <li>- определить эффективность использования технологий организации и рекламно- информационного сопровождения выставок;</li> <li>- освоить навыки свободного использования целого арсенала способов и приемов для проработывания концепции выставочного проекта и анализа его коммерческой состоятельности.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- историю развития инфраструктуры, социально-экономической сущности ВД в России и за рубежом;</li> <li>- влияние ВД на развитие экономики страны;</li> <li>- государственное регулирование ВД;</li> <li>- рекламно-информационное сопровождение выставок;</li> <li>- принципы эффективного участия фирмы в выставочных мероприятиях;</li> <li>- технологии организации выставочного пространства;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать и давать характеристики выставочных рынков России;</li> <li>- оценивать и экономически обосновывать коммерческую состоятельность выставочных проектов;</li> <li>- составлять бюджет выставки;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации мероприятий по принятию участия в выставочных проектах;</li> <li>- методикой расчета по определению оптимальной площади выставочного стенда;</li> <li>- терминологическим аппаратом продвижения выставочного проекта;</li> <li>- методикой оценки эффективности организации выставочного пространства.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В.05	<p>PR первого лица в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины:</p> <p>Целью курса является приобретение необходимых знаний и навыков в формировании положительного имиджа первых лиц.</p> <p>Основными задачами являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- изучение социально-теоретической и практической обусловленности возникновения политического имиджмейкинга;</li> <li>- изучение взаимодействия политической имиджологии с современной наукой и политической практикой;</li> <li>- изучение социокультурных характеристик и особенностей политического имиджа;</li> <li>- изучение психологических моделей политического имиджа.</li> </ul>	ПКО-2; ПК-4	5

	<p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы понимания политического имиджа;</li> <li>- основные механизмы и пути формирования положительного политического имиджа;</li> <li>- основы информационно-психологического воздействия на социум в целях формирования положительного имиджа первого лица;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать состояние имиджа первого лица;</li> <li>- взаимодействовать со СМИ в работе по формированию имиджа политических деятелей;</li> <li>- составлять тексты для выступлений для первых лиц и самому выступать в СМИ;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками организации работы и технологиями по формированию положительного имиджа первого лица.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В. 06	<p>Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины:</p> <p>Цель - знакомство обучающихся с основными стратегиями и эффективными тактиками переговорного процесса.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осмысление закономерностей построения эффективного переговорного процесса;</li> <li>- анализ различных стилей ведения переговоров;</li> <li>- знакомство с наиболее эффективными школами ведения переговоров (в частности, Гарвардской школой принципиальных переговоров);</li> <li>- изучение техник взаимодействия и борьбы в ходе переговоров (умение слушать и задавать правильные вопросы, техника согласования интересов, развитие механизма быстрого реагирования, искусство разумных компромиссов, технология выхода из конфликта и др.);</li> <li>- анализ приемов аргументации и полемики, используемых в ходе переговоров;</li> <li>- знакомство с контрприемами против «грязных» методов ведения переговоров.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теорию переговорного процесса;</li> <li>- тактики и стратегии делового общения;</li> <li>- психологические типы партнеров; способы подачи переговорной позиции</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять технологии деловых коммуникаций;</li> <li>- разработать план, стратегию и тактику переговоров;</li> <li>- реагировать на манипулятивные технологии оппонентов;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- приемами и методами психологического воздействия;</li> </ul>	ПК-3	3

	- приемами оптимизации переговорного процесса. Форма аттестации – зачет		
Б1.В. 07	<p>Медиакоммуникации в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цель освоения дисциплины: Цель изучения данной дисциплины – получение обучающимися необходимых знаний и практических навыков по связям со СМИ,</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– изучение типологии средств массовой информации,</li> <li>– овладение методикой составления статей для различных СМИ;</li> <li>- формирование практических навыков взаимодействия со СМИ, навыков работы с рекламными и PR-текстами.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области медиарелейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выявлять и анализировать основные подходы к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм профессиональной деятельности в области медиарелейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сферах жизнедеятельности общества;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- стратегическим планированием в рамках основной формы профессиональной деятельности в области медиарелейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества – PR-кампаний.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	ПКО-3; ПК-2	5
Б1.В. 08	<p>Технология создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цель освоения дисциплины: дать обучающимся представление о важнейшем компоненте рекламной и PR деятельности – создании рекламного продукта.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– знакомство со спецификой разработки и внедрения рекламных проектов;</li> <li>– приобретение умений и навыков, необходимых для оказания рекламных услуг в коммерческой, социальной и политической сферах и разработки рекламных кампаний;</li> <li>– формирование целостного представления о возможностях и ресурсах рекламы в коммуникативном процессе.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- роль и функции дизайнеров, крейтеров, копирайтеров;</li> <li>- иметь представление об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта;</li> <li>- принципы и методы художественного оформления рекламного</li> </ul>	ПКО-3; ПК-4	6



	<p>продукта;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-приемы информационного и эмоционального воздействия рекламы;</li> <li>- формы рекламного сообщения и эффективные каналы коммуникации;</li> <li>- творческую и коммерческую составляющие технологии разработки рекламного продукта;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разрабатывать концепцию рекламного обращения для создания рекламных сообщений;</li> <li>- использовать средства коммуникационного воздействия при создании рекламного продукта;</li> <li>- тестировать и проводить экспертную оценку рекламного продукта для определения его эффективности и на предмет соответствия правовым и этическим нормам;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками художественного дизайна и редактирования;</li> </ul> <p>разработки рекламного продукта (в печатных и электронных СМИ).</p> <p>Форма аттестации – экзамен, зачет</p>		
Б1.В.09	<p>Организация и проведение коммуникационных кампаний в системе государственного и муниципального управления</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: Цель дисциплины: обучение основным знаниям и навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассмотреть способы организации PR-кампаний;</li> <li>- научить обучающихся технологиям проведения специальных событий, акций;</li> <li>- освоить знания из сферы организации и управления коммуникационными процессами, показать специфику взаимодействия PR с различными средствами массовой информации;</li> <li>- изучить опыт инновационной деятельности в системе публичных отношений;</li> <li>- обучить основным навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью.</li> <li>- развить языковую и коммуникативную компетенции обучающихся и сформировать у них готовность к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные принципы действия современных PR-технологий;</li> <li>- принципы работы над PR-проектами;</li> <li>- принципы действия механизмов создания и доведения до целевых групп информационных посланий;</li> <li>- методы конструирования и управления информационными потоками;</li> <li>- основные виды, составные элементы и специфику кампаний в</li> </ul>	ПКО-1; ПК-1. ПК-4.	6

	<p>области связей с общественностью.</p> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять оперативное планирование и контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;</li> <li>- проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;</li> <li>- оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;</li> <li>- участвовать в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;</li> <li>- готовить проектную и сопутствующую документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;</li> <li>- разработкой, подготовкой к выпуску, производством и распространением рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>- навыками участия в организации и проведении маркетинговых исследований с целью составления прогноза развития рынка, его емкости и динамики спроса и предпочтений потребителей и разработки мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг;</li> <li>- написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен, зачет</p>		
<p>Б1.В. ДВ.01 .01</p>	<p>История рекламы</p> <p>Цель и задачи - дать будущим специалистам систематическое и эмпирически аргументированное представление об историческом становлении рекламной деятельности, 2) Формировать представление о месте рекламы в культуре, 3) Ознакомление студентов с социально-психологическими, экономическими и культурными предпосылками рекламной деятельности 4) Показать своеобразие становления и развития рекламы в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Понятия, термины, события и факты, связанные с историей развития рекламной деятельности.</li> <li>- Исторический контекст формирования эмпирических и теоретических основ функционирования коммуникаций в конкурентной среде</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Логически мыслить и вести дискуссии по проблемам истории рекламы.</li> </ul>	<p>ПКО-2; ПК-4</p>	<p>4</p>

	<p>- Формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории рекламы.</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Приемами ведения дискуссии и полемики.</li> <li>- Способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В. ДВ.01 .02	<p>Скрытая реклама</p> <p>Цель и задачи - дать будущим специалистам систематическое и эмпирически аргументированное представление об историческом становлении рекламной деятельности, 2) Формировать представление о месте рекламы в культуре, 3) Ознакомление студентов с социально-психологическими, экономическими и культурными предпосылками рекламной деятельности 4) Показать своеобразие становления и развития рекламы в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Понятия, термины, события и факты, связанные с историей развития рекламной деятельности.</li> <li>- Исторический контекст формирования эмпирических и теоретических основ функционирования коммуникаций в конкурентной среде</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Логически мыслить и вести дискуссии по проблемам истории рекламы.</li> <li>- Формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории рекламы.</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Приемами ведения дискуссии и полемики.</li> <li>- Способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	ПКО-2; ПК-4	4
Б1.В. ДВ.02 .01	<p>История связей с общественностью</p> <p>Цель дисциплины заключается в изучении теоретико-концептуальных и практических вопросов планирования и проведения рекламных кампаний, оценки их эффективности и формировании стройной системы взглядов на современную деятельность по связям с общественностью. перспективы ее развития.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение СО;</li> <li>- познакомиться с основными концепциями СО;</li> <li>- дать характеристику различным средствам коммуникации в СО;</li> <li>- выявить главные этапы подготовки и планирования кампании по СО;</li> <li>- рассмотреть роли и функции основных участников кампании по СО.</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины</p>	ПКО-2; ПК-1	5

	<p>Знать :основы организации СО как теоретического, так и прикладного уровней, экономические, социологические, психологические и правовые основы деятельности по СО.</p> <p>Уметь: применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения кампаний по СО, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию продукта, планировать и проводить кампании.</p> <p>Владеть: базовой терминологией, относящейся к деятельности СО; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере СО.</p> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В. ДВ.02 .02	<p>Отечественный и зарубежный опыт в связях с общественностью</p> <p>Цель дисциплины заключается в изучении теоретико-концептуальных и практических вопросов планирования и проведения рекламных кампаний, оценки их эффективности и формиро-вании стройной системы взглядов на современную деятельность по связям с общественностью. перспективы ее развития.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение СО;</li> <li>- познакомится с основными концепциями СО;</li> <li>- дать характеристику различным средствам коммуникации в СО;</li> <li>- выявить главные этапы подготовки и планирования кампании по СО;</li> <li>- рассмотреть роли и функции основных участников кампании по СО.</li> </ul> <p>В результате освоения дисциплины</p> <p>Знать :основы организации СО как теоретического, так и прикладного уровней, экономические, социологические, психологические и правовые основы деятельности по СО.</p> <p>Уметь: применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения кампаний по СО, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию продукта, планировать и про-водить кампании.</p> <p>Владеть: базовой терминологией, относящейся к деятельности СО; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере СО.</p> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	ПКО-2; ПК-1	5
Б1.В. ДВ.03 .01	<p>Религиоведение»</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с общетеоретическими представлениями о религии и конкретными религиями мира, формирование у обучающихся разносторонних гуманитарных знаний, которые смогут им помочь активно и плодотворно участвовать в разных сферах общественной жизни.</p> <p>В процессе освоения дисциплины предполагается решить следующие задачи:</p> <p>1) дать представление о различных подходах к религии (теологических, философских, социологических, психологических)</p>	УК-5; ОПК-3	4

2) указать основные характеристики религии, отличающие ее от других видов мировоззрения; дать представление о классификации типов религий в соответствии с их представлениями о божестве (политеизм, монотеизм, пантеизм)

3) рассмотреть структуру религии и охарактеризовать составляющие ее элементы; раскрыть значение и содержание таких понятий, как «религиозное сознание» «религиозная вера», «догматическое учение», «священные тексты», «культ», «обряд», «канон»

4) охарактеризовать типы религиозных организаций (религиозная группа, секта, церковь, деноминация), показать значение духовенства как социального института.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- наименования мировых религий и их основных ответвлений, крупнейших исторических национальных религий и новых религиозных движений
- понятийно-категориальный аппарат современной религиоведческой науки, термины, обозначающие базовые элементы религиозного мировоззрения и внутреннего устройства религиозных организаций
- основные научные концепции, касающиеся сущности религии и ее происхождения
- важнейшие характерные черты религиозного мировоззрения и его отличия от нерелигиозного
- историю развития религиозных верований человечества от первобытных культов до великих мировых религий
- особенности наиболее известных религий народов древности и существующих ныне крупнейших национальных религиозных традиций (иудаизм, индуизм и др.)

Уметь:

- грамотно употреблять религиоведческую терминологию и базовые понятия, относящиеся к внутренней религиозной (теологической) сфере
- аргументированно излагать собственную точку зрения по поводу существующих научных, философских и теологических подходов к религии, а также концепций ее происхождения
- понимать роль и место религии в жизни общества, ее значение для формирования нравственных ориентиров личности, культурных ценностей, национальных традиций и государственно-правовых институтов
- ориентироваться в религиозной истории человечества и многообразии современных религиозных направлений

Владеть:

- терминологическим аппаратом современной религиоведческой науки
- понятиями, составляющими основу теологических доктрин

	<p>мировых религий, обозначающими важнейшие элементы богослужебного культа и внутреннего устройства религиозных организаций</p> <p>- методами научного анализа и научной классификации религиозных движений и явлений религиозной жизни</p> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В. ДВ.03 .02	<p>История мировых религий</p> <p>Цели и задачи освоения дисциплины: ознакомление обучающихся с общетеоретическими представлениями о религии и конкретными религиями мира, формирование у обучающихся разносторонних гуманитарных знаний, которые смогут им помочь активно и плодотворно участвовать в разных сферах общественной жизни.</p> <p>В процессе освоения дисциплины предполагается решить следующие задачи:</p> <p>1) дать представление о различных подходах к религии (теологических, философских, социологических, психологических)</p> <p>2) указать основные характеристики религии, отличающие ее от других видов мировоззрения; дать представление о классификации типов религий в соответствии с их представлениями о божестве (политеизм, монотеизм, пантеизм)</p> <p>3) рассмотреть структуру религии и охарактеризовать составляющие ее элементы; раскрыть значение и содержание таких понятий, как «религиозное сознание» «религиозная вера», «догматическое учение», «священные тексты», «культ», «обряд», «канон»</p> <p>4) охарактеризовать типы религиозных организаций (религиозная группа, секта, церковь, деноминация), показать значение духовенства как социального института.</p> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- наименования мировых религий и их основных ответвлений, крупнейших исторических национальных религий и новых религиозных движений</li> <li>- понятийно-категориальный аппарат современной религиоведческой науки, термины, обозначающие базовые элементы религиозного мировоззрения и внутреннего устройства религиозных организаций</li> <li>- основные научные концепции, касающиеся сущности религии и ее происхождения</li> <li>- важнейшие характерные черты религиозного мировоззрения и его отличия от нерелигиозного</li> <li>- историю развития религиозных верований человечества от перво-бытных культов до великих мировых религий</li> <li>- особенности наиболее известных религий народов древности и существующих ныне крупнейших национальных религиозных традиций (иудаизм, индуизм и др.)</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- грамотно употреблять религиоведческую терминологию и</li> </ul>	УК-5; ОПК-3	4

	<p>базовые понятия, относящиеся к внутренней религиозной (теологической) сфере</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- аргументированно излагать собственную точку зрения по поводу существующих научных, философских и теологических подходов к религии, а также концепций ее происхождения</li> <li>- понимать роль и место религии в жизни общества, ее значение для формирования нравственных ориентиров личности, культурных ценностей, национальных традиций и государственно-правовых институтов</li> <li>- ориентироваться в религиозной истории человечества и многообразии современных религиозных направлений</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- терминологическим аппаратом современной религиоведческой науки</li> <li>- понятиями, составляющими основу теологических доктрин мировых религий, обозначающими важнейшие элементы богослужебно-го культа и внутреннего устройства религиозных организаций</li> <li>- методами научного анализа и научной классификации религиозных движений и явлений религиозной жизни</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
<p>Б1.В. ДВ.04 .01</p>	<p>Антикризисный PR</p> <p>Цели освоения дисциплины направлены на формирование у студентов универсальной способности осмысления социокультурной реальности, активной творческой жизненной позиции и умения ориентироваться в современных процессах развития поликультурного мира.</p> <p>В результате освоения дисциплины бакалавр должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>признаки кризисной ситуации;</li> <li>понятие и виды кризиса; классификации кризисов по различным основаниям;</li> <li>причины, вызывающие кризис;</li> <li>этапы развития кризиса;</li> <li>основные принципы антикризисного PR;</li> <li>виды и средства коммуникации в период кризиса;</li> <li>специфика российского антикризисного PR.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>диагностировать кризисную ситуацию;</li> <li>определять тип кризиса; выявлять скрытые причины кризиса;</li> <li>разрабатывать антикризисную платформу;</li> <li>организовывать антикризисные мероприятия;</li> <li>формировать антикризисную стратегию предприятия;</li> <li>проводить антикризисный мониторинг.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>приемами диагностики кризисной ситуации;</li> <li>методами подготовки к кризису;</li> <li>способами коммуникации в кризисный период;</li> <li>навыками разработки и применения антикризисных стратегий;</li> <li>навыками работы спин-доктора.</li> </ul>	<p>ПКО-1; ПК-2</p>	<p>4</p>

	Форма аттестации – экзамен		
Б1.В. ДВ.04 .02	<p>Конфликтология</p> <p>Цели освоения дисциплины направлены на формирование у обучающихся универсальной способности осмысления социокультурной реальности, активной творческой жизненной позиции и умения ориентироваться в современных процессах развития поликультурного мира.</p> <p>В результате освоения дисциплины бакалавр должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>признаки кризисной ситуации;</li> <li>понятие и виды кризиса; классификации кризисов по различным основаниям;</li> <li>причины, вызывающие кризис;</li> <li>этапы развития кризиса;</li> <li>основные принципы антикризисного ПР;</li> <li>виды и средства коммуникации в период кризиса;</li> <li>специфика российского антикризисного ПР.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>диагностировать кризисную ситуацию;</li> <li>определять тип кризиса; выявлять скрытые причины кризиса;</li> <li>разрабатывать антикризисную платформу;</li> <li>организовывать антикризисные мероприятия;</li> <li>формировать антикризисную стратегию предприятия;</li> <li>проводить антикризисный мониторинг.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>приемами диагностики кризисной ситуации;</li> <li>методами подготовки к кризису;</li> <li>способами коммуникации в кризисный период;</li> <li>навыками разработки и применения антикризисных стратегий;</li> <li>навыками работы спин-доктора.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	ПКО-1; ПК-2	4
Б1.В. ДВ.05 .01	<p>Русская орфография и пунктуация</p> <p>Цель освоения дисциплины: овладение нормами (орфографическими и пунктуационными) русского литературного языка в письменной форме.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоить орфографические и пунктуационные правила русского языка;</li> <li>- уметь находить ошибки в письменных работах, классифицировать, анализировать ошибки, знать приемы работы над ошибками;</li> <li>- уметь подбирать и составлять упражнения по выработке орфографических и пунктуационных умений и навыков;</li> <li>- уметь правильно оформлять перечни работ;</li> <li>- знать правила рубрицирования при представлении материалов собственных исследований.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы орфографии русского языка;</li> <li>- орфографические и пунктуационные правила русского языка,</li> </ul>	УК-4; ОПК-1	4



	<p>- приемы работы над усвоением орфографических и пунктуационных норм; уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять полученные знания в собственной письменной речи;</li> <li>- находить ошибки в письменных работах;</li> <li>- анализировать и классифицировать их;</li> <li>- подбирать упражнения по выработке орфографических и пунктуационных навыков;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками грамотной письменной речи.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В. ДВ.05 .02	<p>Практический курс русского языка Цель освоения дисциплины: овладение нормами (орфографически-ми и пунктуационными) русского литературного языка в письменной форме. Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- усвоить орфографические и пунктуационные правила русского языка;</li> <li>- уметь находить ошибки в письменных работах, классифицировать, анализировать ошибки, знать приемы работы над ошибками;</li> <li>- уметь подбирать и составлять упражнения по выработке орфографических и пунктуационных умений и навыков;</li> <li>- уметь правильно оформлять перечни работ;</li> <li>- знать правила рубрицирования при представлении материалов собственных исследований.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- принципы орфографии русского языка;</li> <li>- орфографические и пунктуационные правила русского языка,</li> <li>- приемы работы над усвоением орфографических и пунктуационных норм;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- применять полученные знания в собственной письменной речи;</li> <li>- находить ошибки в письменных работах;</li> <li>- анализировать и классифицировать их;</li> <li>- подбирать упражнения по выработке орфографических и пунктуационных навыков;</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками грамотной письменной речи.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>	УК-4; ОПК-1	4
Б1.В. ДВ.06 .01	<p>Компьютерный дизайн в связях с общественностью Цели и задачи освоения дисциплины: формирование и овладение новыми знаниями, а также расширение теоретической базы по курсу, в котором представлены основные вопросы теории и практики создания рекламной продукции. Ознакомление с использованием компьютерных технологий в полиграфическом и WEB дизайне. В результате изучения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>знать:</p> <p>Основные законы и правила композиции. Основы цветоведения.</p>	ОПК-6. ПК-1.	4

	<p>Назначение и сферы использования основных цветковых моделей.          Основы создания фирменного стиля.          Основные принципы создания компьютерной анимации.          Принципы создания Flash – презентаций.          Способы задания элементарных поведений элементам Flash – фильма с помощью языка ActionScript.          Основы работы со звуком в MacromediaFlash. Основы WEB-дизайна.          Основные категории и понятия математического анализа и дифференциальных уравнений.          уметь:          Создавать элементы интерфейса сайта. Оптимизировать графические файлы для Интернета. Создавать Flash - анимацию.          Оптимизировать Flash – анимацию.          Задавать элементарные поведения элементам Flash – фильма с помощью языка ActionScript.          Создавать интересные по дизайну сайты с помощью MacromediaFlash. Применять полученные знания в профессиональной деятельности.          Форма аттестации – экзамен</p>		
<p>Б1.В.          ДВ.06          .02</p>	<p>Презентационные технологии в рекламе и связях с общественностью          Цели и задачи освоения дисциплины          Цель познакомить обучающихся с различными средствами рекламы, сформировать навыки создания и применения мультимедийных презентаций при проведении рекламных компаний.          Задачи:          - рассмотреть теоретические аспекты организации презентационных технологий в рамках теории современной работы;          - изучить основные презентационные формы в рамках публичных выступлений;          - провести сравнительный анализ и оценить достоинства и недостатки традиционных и современных средств рекламы;          - исследовать социальную направленность современной презентационной рекламы;          -организовать практикум по обучению презентационной рекламы в рамках практической части курса;          - изучение курса завершить самостоятельной подготовкой презентационного ролика в целях профорientации обучающихся.          По завершении освоения дисциплины обучающийся должен: знать:          - принципы подготовки и проведения рекламы;          - виды публичных выступлений, основные презентационные формы;          - этические аспекты рекламы;          - принципы формирования традиционных и современных средств рекламы;          - типичные ошибки публичного выступления, презентации;          уметь:</p>	<p>ОПК-6.          ПК-1.</p>	<p>4</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели и формулировать задачи рекламы;</li> <li>- применять традиционные и современные средства рекламы;</li> <li>- проводить презентацию, публичное выступление (включая использование мультимедийной презентации);</li> <li>- управлять вниманием аудитории;</li> <li>- определять дизайн презентации и визуальных материалов.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками публичных выступлений;</li> <li>- навыками создания презентаций с помощью компьютерных программ.</li> </ul> <p>Форма аттестации – экзамен</p>		
Б1.В. ДВ.07	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	УК-6; УК-7	
Б1.В. ДВ.07 .01	<p>Общая физическая подготовка</p> <p>Целью освоения дисциплины «Общая физическая подготовка» является формирование общей физической подготовки, физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимание социальной значимости общей физической подготовки и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;</li> <li>- формирование мотивационно-ценностного отношения к общей физической подготовке, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;</li> <li>- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих общую физическую подготовку, сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;</li> <li>- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;</li> <li>- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.</li> </ul> <p>В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: теоретические и методико-практические основы физической культуры, спорта и здорового образа жизни.</p> <p>Уметь: использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.</p> <p>Владеть: средствами и методами укрепления своего здоровья,</p>	УК-6; УК-7	

	<p>физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.</p> <p>Форма аттестации – зачет</p>		
Б1.В. ДВ.07 .02	<p>Спортивные игры</p> <p>Целью освоения дисциплины «Общая физическая подготовка» является формирование общей физической подготовки, физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и само-подготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.</p> <p>Задачи дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- понимание социальной значимости общей физической подготовки и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;</li> <li>- формирование мотивационно-ценностного отношения к общей физической подготовке, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;</li> <li>- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих общую физическую подготовку, сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;</li> <li>- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;</li> <li>- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.</li> </ul> <p>В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать: теоретические и методико-практические основы физической культуры, спорта и здорового образа жизни.</p> <p>Уметь: использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.</p> <p>Владеть: средствами и методами укрепления своего здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.</p> <p>Форма аттестации – зачет</p>	УК-6; УК-7	
	Практика	УК-1; УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3;	30

		ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-1; ПКО-2; ПКО-3.	
Б2.О. 01(П)	<p>Производственная практика: профессионально-творческая практика</p> <p>Данная практика направлена на формирование расширенных представлений о функционировании и развитии коммуникационных структур, получение разностороннего опыта работы в коллективе или в конкретном коммуникационном проекте.</p> <p>Это подразумевает развитие профессиональных умений и навыков, полученных в процессе второго и третьего года обучения. Место для прохождения студентами практики выбирается Организацией самостоятельно и зависит от направленности (профиля) образовательной программ</p> <p>Рекомендуемые формы контроля успеваемости: дневник практики, отчет, отзыв организации о практике студента.</p>	УК-1; УК-3; ОПК-1; ОПК-6; ОПК-7.	15
Б2.О. 02(Пд )	<p>Производственная практика: Преддипломная практика</p> <p>Преддипломная практика нацелена на подготовку основы выпускной квалификационной работы, являющейся обязательной частью государственной итоговой аттестации.</p> <p>Во время преддипломной практики студенты осуществляют поиск, отбор и изучение всей необходимой для написания ВКР информации. Характер данных материалов зависит от типа и темы ВКР, который определяется направленностью (профилем) образовательной программы. Преддипломная практика проводится в последнем семестре обучения на базе образовательной организации, либо в иных организациях, деятельность которых связана с подготовкой ВКР. Рекомендуемые формы контроля по результатам прохождения преддипломной практики: отчет студента о практике с отзывом научного руководителя ВКР.</p>	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-3; ПКО-2.	9
Б2.В. 01(У)	<p>Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика</p> <p>Данный вид практики направлен на формирование первоначальных представлений о функционировании различных подразделений / компаний, занятых в сфере рекламы и / или связей с общественностью, способствует формированию первичных навыков профессиональной деятельности.</p> <p>подразумевает закрепление начальных профессиональных умений и навыков, полученных в процессе первого года обучения.</p> <p>Целесообразно направлять обучающихся в различные СМИ, коммуникационные агентства и профильные подразделения компаний. В качестве целей практики организация может выбрать освоение ряда элементарных трудовых действий, описанных в соответствующих профессиональных стандартах. Место для</p>	УК-1; ОПК-1; ОПК-2.; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-1.	6

	<p>прохождения практики выбирается Организацией самостоятельно и зависит от направленности (профиля) образовательной программы.</p> <p>Рекомендуемые формы контроля успеваемости: дневник практики, отчет студента, отзыв организации о практике.</p> <p>Форма промежуточной аттестации, периодичность и порядок ее проведения выбирается организацией.</p>		
	ФТД. Факультативные дисциплины	УК-4; ОПК-8	2
ФТД. 01	<p>Подготовка и исполнение публичного выступления</p> <p>Цель освоения дисциплины (модуля) - формирование коммуникативной компетентности обучающихся по созданию и публичному исполнению выступлений различных видов и жанров.</p> <p>Задачи освоения дисциплины (модуля):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с основными жанрами и принципами построения публичной речи;</li> <li>- формирование общей речевой культуры и коммуникативных способностей обучающихся;</li> <li>- овладение навыками ораторских приемов, позволяющих наиболее эффективно воздействовать на слушателей, быть услышанным и понятым аудиторией.</li> </ul> <p>В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные жанры и специфику построения публичного выступления;</li> <li>- критерии оценивания качества публичного выступления;</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формулировать цель публичного выступления;</li> <li>- выстраивать композицию публичного выступления;</li> <li>- работать с текстом публичного выступления;</li> <li>- использовать элементы внутренней и внешней техники публичного выступления;</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработки и представления публичного выступления.</li> </ul>	УК-4; ОПК-8	2
ФТД. 02	<p>Коммуникация и текст</p> <p>Цель освоения дисциплины: расширение и углубление языковедческой подготовки филолога; обучение сознательному подходу к языковым фактам и использованию языковых средств в зависимости от конкретных условий речевого общения.</p> <p>Задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство с основными языковыми особенностями текстов различных стилей;</li> <li>- формирование умения грамотно подбирать к каждому тексту стилистические уместные лексические единицы и синтаксические конструкции;</li> <li>- овладение навыками правки текста с позиций точности, грамотности, простоты восприятия, усиления выразительности.</li> </ul> <p>В результате изучения дисциплины студент должен:</p> <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- теоретические основы стилистики и литературного</li> </ul>	УК-4; ОПК-8	2

	<p>редактирования;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- специфику текста как языковой единицы и как объекта литературного редактирования;</li> <li>- основные приемы и принципы редакторской правки текста.</li> </ul> <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- строить и редактировать тексты разных функциональных стилей.</li> </ul> <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка;</li> <li>- навыками использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов;</li> <li>- навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста;</li> <li>- принципами редактирования текстов разных жанров с учетом принятой системы специальных редакторских терминов и знаков.</li> </ul>		
	Государственная итоговая аттестация	УК-1-8; ОПК-1-8; ПКО-1-4; ПК-1-4	6
Б3.01(Г)	<p>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</p> <p>Цели и задачи ГИА</p> <p>Целью ГИА является определение соответствия результатов освоения обучающимися ОПОП ВО требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления (уровень высшего образования бакалавриат) и оценки результатов освоения компетенций в процессе ГИА.</p> <p>Задачи ГИА предусматривают следующие требования к профессиональной подготовке выпускника, претендующего на получение диплома специалиста по связям с общественностью:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- способность самостоятельно, творчески мыслить, демонстрировать понимание сути предметов и явлений, формулировать свою позицию, точку зрения по возникающим вопросам, свое мировоззрение;</li> <li>- способность комплексно подходить к ответам на вопросы, демонстрируя не только глубину понимания проблемы, вопроса, но и понимание существующих межпредметных связей, возникающих в обсуждаемой области;</li> <li>- выявление уровня подготовленности выпускников к выполнению профессиональных задач в установленных ФГОС ВО видах деятельности.</li> </ul> <p>Государственная итоговая аттестация выпускников, завершающих обучение по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью(направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления»)), является обязательной.</p> <p>Обучающийся должен</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы философских знаний для формирования</li> </ul>	УК-1-8; ОПК-1-8; ПКО-1-4; ПК-1-4	1,5

мировоззренческой позиции;

- основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- правовые основы в различных сферах жизнедеятельности;
- нормы произношения и ударения; особенности грамматического и синтаксического строя языка; жанровые особенности текстов на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- правила работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- принципы самоорганизации и самообразования;
- методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

  

- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
- специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов; принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
- организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами; правила и порядок подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- порядок реализации проектов и методы их реализации;
- методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;



- порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
  - порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
  - порядок проведения маркетинговых исследований;
  - приемы и методы организации и проведения социологических исследований;
  - структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
  - сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
  - содержание рекламных кампаний и мероприятий;
  - приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
  - содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
  - 
  - приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
- Уметь:
- использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
  - анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
  - использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
  - использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
  - решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия;
- 
- работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
  - самостоятельно организовывать свою деятельность и самостоятельно получать знания из доступных источников;
  - использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
  - пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
  - осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
  - работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
  - писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по

связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;

- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
- организовывать работу малых коллективов;
- готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- реализовывать проекты;
- создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
- принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- проводить маркетинговые исследования;
- организовывать и проводить социологические исследования;
- составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
- реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;

– осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Владеть:

<ul style="list-style-type: none"><li>– способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;</li><li>– способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;</li><li>– способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;</li><li>– способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;</li><li>– способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</li><li>– способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li><li>– способностью к самоорганизации и самообразованию;</li><li>– способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;</li><li>– готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;</li><li>– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li><li>– знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</li><li>– базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;</li><li>– умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li><li>– умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li><li>– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li><li>– навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</li><li>– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;</li><li>– навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</li></ul>		
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт;</li> <li>– навыками реализовывать проекты и методами их реализации;</li>   <li>– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</li> <li>– способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</li> <li>– навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– навыками проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– навыками организации и проведения социологических исследований;</li> <li>– навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>– навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>– навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;</li> <li>– навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;</li> <li>– навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</li> </ul>		
Б3.02(Д)	<p>Выполнение и защита выпускной квалификационной работы Государственная итоговая аттестация выпускника является обязательной и осуществляется после освоения основной образовательной программы. Государственная итоговая аттестация выпускников по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» включает: государственный экзамен и защиту выпускной квалификационной работы. Государственный экзамен является квалификационным и предназначен для определения теоретической и практической подготовки выпускника к выполнению задач профессиональной деятельности по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»</p> <p>1. Цели и задачи ГИА.</p> <p>Программа ГИА является частью ОПОП ВО и включают в себя:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- программу Государственной итоговой аттестации выпускников и оценочные материалы для подготовки к сдаче и сдачи государственного экзамена;</li> </ul>	УК-1-8; ОПК-1-8; ПКО-1-4; ПК-1-4	4,5

- программу Государственной итоговой аттестации выпускников и оценочные материалы для защиты выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты выпускной квалификационной работы (далее - ВКР) является обязательным этапом государственной итоговой аттестации. Общие требования к ВКР определены ФГОС ВО, Положением о проведении государственной итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и программам магистратуры в Самарском филиале Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет».

ВКР представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую освоение компетенций и уровень подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности.

Целями выполнения ВКР являются:

- систематизация, обобщение и закрепление теоретических знаний и практических умений, их применение при решении профессиональных задач;
- оценка сформированности компетенций обучающегося в соответствии с требованиями ФГОС ВО;
- выявление подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности в современных условиях.

Подготовка к процедуре защиты и процедура защиты ВКР направлена на решение задач, позволяющих определить: уровень навыков разработки стратегии научного исследования, самостоятельной работы со специальной литературой, реферирования статей и составления обзоров по заданной теме, правильного оформления результатов проделанной работы, использования статистических методов обработки данных, анализа полученных результатов, обоснования гипотез и выводов исследования.

Оформление ВКР должно соответствовать требованиям, устанавливаемым Положениями о ВКР ГАОУ ВО МГПУ, конкретизирующими их методическими рекомендациями выпускающей кафедры.

Обучающийся должен

Знать:

- основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- правовые основы в различных сферах жизнедеятельности;
- нормы произношения и ударения; особенности грамматического и синтаксического строя языка; жанровые особенности текстов на

русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- правила работы в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- принципы самоорганизации и самообразования;
- методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- основные методы защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- правила и порядок планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- суть стандартных задач профессиональной деятельности и основные требования информационной безопасности;
- специфику работы отделов рекламы и связей с общественностью, функциональные схемы построения отделов; принципы и приемы планирования и проведения мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, модели оценки эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;
- организацию и оперативное планирование своей деятельности и деятельности фирмы
- организационно-управленческие принципы работы с малыми коллективами; правила и порядок подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

– порядок реализации проектов и методы их реализации;

– методы создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, принципы внутренней и внешней эффективной коммуникации;

- порядок, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- порядок проведения маркетинговых исследований;
- приемы и методы организации и проведения социологических

исследований;

- структуру и содержание аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- сущность профессиональных функций в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- содержание рекламных кампаний и мероприятий;
- приемы, принципы и содержание труда в области рекламы как сфере профессиональной деятельности;
- содержание работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- 
- приемы и методы подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

Уметь:

- использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
- анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
- использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
- решать задачи межличностного и межкультурного взаимодействия;
- работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- самостоятельно организовывать свою деятельность и самостоятельно получать знания из доступных источников;
- использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- работать в отделах рекламы/связей с общественностью;
- писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
- планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;

- участвовать в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
  - организовывать и оперативно планировать свою деятельность и деятельность фирмы;
  - организовывать работу малых коллективов;
  - готовить проектную документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
  - реализовывать проекты;
  - создавать эффективную коммуникационную инфраструктуру организации, обеспечивать внутреннюю и внешнюю коммуникации;
  - принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
  - готовить к выпуску, производству и распространению рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
  - проводить маркетинговые исследования;
  - организовывать и проводить социологические исследования;
  - составлять аналитические справки, обзоры и прогнозы;
  - осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
  - осуществлять под контролем рекламные кампании и мероприятия;
  - реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
  - работать в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
  - осуществлять под контролем подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы
- Владеть:
- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции;
  - способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;
  - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;
  - способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;
  - способностью к коммуникации в устной и письменной формах



<p>на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;</li><li>– способностью к самоорганизации и самообразованию;</li><li>– способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;</li></ul> <p>– готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;</li><li>– знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;</li><li>– базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;</li><li>– умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li><li>– умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;</li><li>– способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;</li><li>– навыками управления и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществления оперативного планирования и оперативного контроля за рекламной работой, деятельностью по связям с общественностью, проведения мероприятий по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оцениванию эффективности рекламной деятельности и связей с общественностью;</li><li>– навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;</li><li>– навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;</li><li>– навыками подготовки проектной документации (техико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);</li><li>– навыками реализовывать проекты и методами их реализации;</li><li>– способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;</li><li>– способностью принимать участие в планировании, подготовке и</li></ul>		
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– навыками организации и подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</li> <li>– навыками проведения маркетинговых исследований;</li> <li>– навыками организации и проведения социологических исследований;</li> <li>– навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;</li> <li>– навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;</li> <li>– навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;</li> <li>– навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;</li> <li>– навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;</li> <li>– навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.</li> </ul>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

### **5.5. Рекомендации по разработке оценочных материалов для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам**

Оценочные средства Организация формирует в соответствии с основной образовательной программой и планируемыми результатами ее освоения.

К планируемым результатам освоения ОПОП в обязательном порядке относятся следующие компетенции: универсальные и общепрофессиональные компетенции, а также обязательные профессиональные компетенции, соотнесенные с типами задач профессиональной деятельности. Организация вправе предлагать для освоения и другие профессиональные компетенции из предложенных данной ПООП или дополнительные, соотнесенные с направленностью (профилем) программы.

При формировании фонда оценочных средств для каждой компетенции принимаются во внимание индикаторы освоения а также дисциплины (модули) и практики, с помощью которых она сформирована. Допускается полное и частичное формирование компетенций отдельными дисциплинами (модулями) и практиками или комплексно всей программой.

Организация может оценивать освоение студентом образовательной программы на уровне:

- а) предлагаемых индикаторов освоения компетенций;
- б) результатов обучения по отдельным дисциплинам (модулям), практикам, выраженных в сформированных знаниях, умениях и навыках.

Фонд оценочных средств включает в себя материалы для текущих, промежуточных и итоговых аттестаций, которые могут проводиться как в устной, так и в письменной форме, в том числе с применением интерактивных и онлайн технологий. Аттестационные задания могут носить как индивидуальный, так и типовой характер.

Оценочные материалы – это элемент системы оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся и выпускников на соответствие требованиям образовательных стандартов.

Оценочные материалы представляют собой комплект материалов, нормирующих процедуры оценивания результатов обучения, т.е. установления соответствия учебных достижений запланированным результатам обучения и требованиям образовательных программ, рабочих программ дисциплин (модулей) и практик.

К числу основных требований к проектированию оценочных материалов отнесены:

- валидность (четкое и ясное определение результата, который подлежит оценке, обоснование использования соответствующего метода оценивания);
- объективность (прозрачность процедуры оценивания достижений обучающихся);
- эффективность (оптимальность выбора для конкретных условий использования целей, методов и средств контроля).

При этом критерии и шкала оценивания должны быть известны и доступны как проверяющим, так и обучающимся до выполнения контрольного задания.

Для текущей аттестации могут использоваться традиционные виды оценочных материалов: сообщение, доклад, аналитический обзор, реферат, эссе, контрольная работа, тесты, тренажер, компьютерная симуляция, комплект разноуровневых задач и заданий.

Для промежуточной аттестации традиционными формами контроля являются: зачет, дифференцированный зачет, экзамен, курсовая работа, отчет по практике.

Однако для того, чтобы названные формы контроля стали оценочными материалами, необходимо указать объекты и критерии оценки, в частности, минимальный балл, при котором задание будет считаться выполненным, или границы для уровней успешности выполнения задания.

В качестве оценочных материалов для промежуточной аттестации и оценки сформированности компетенций обучающихся рекомендуется использовать инновационные средства. К таким средствам оценивания можно отнести форму представления кейс-задания; решения контекстной и практико-ориентированной задачи; творческого проекта в рамках одной дисциплины или междисциплинарного; виртуального проекта или задания с использованием интерактивной доски; деловой игры; портфолио обучающегося.

## **5.6. Рекомендации по разработке программы государственной итоговой аттестации**

Программа Государственной итоговой аттестации (далее – ГИА) разработана в соответствии с:

- Федеральным законом Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
- Уставом ГАОУ ВО МГПУ;
- Положением о Самарском филиале ГАОУ ВО МГПУ;
- Положением о проведении государственной итоговой аттестации по основным профессиональным образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата и программам магистратуры в Самарском филиале Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет».

Государственная итоговая аттестация выпускников согласно Федеральному закону Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

Федерации» завершает освоение основной профессиональной образовательной программы высшего образования (далее - ОПОП ВО) обучающимися СФ ГАОУ ВО МГПУ по направлению подготовки 44.03.01 Педагогическое образование и является обязательной.

К этапам государственной итоговой аттестации обучающихся относятся:

1. Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена.
2. Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Целью ГИА является определение соответствия результатов освоения обучающимися ОПОП ВО требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и оценки результатов освоения компетенций в процессе ГИА.

## **6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

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

### **Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата:**

Организация должна располагать на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения должен быть обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Организации из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть «Интернет»), как на территории Организации, так и вне ее. Условия для функционирования электронной информационно-образовательной среды могут быть созданы с использованием ресурсов иных организаций.

### **Функционирование электронной информационно-образовательной среды:**

Доступ к изданиям с помощью информационной библиотечной системы филиала МАРК-SQL посредством сети Интернет по адресу: <http://library.sfmgru.ru>.

В Университете создана Электронная библиотека, которая регулярно пополняется.

Каждый обучающийся имеет индивидуальный логин и пароль к ЭБС «Университетская библиотека online» и ЭБС ZNANIUM.COM, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам.

**Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (ООО «НексМедиа»)**

Лицензионный договор № 30-129/03-20еп от 26.03.2020 г.

Срок действия с 03.04.2020 до 02.04.2021 г.

<http://biblioclub.ru>

**Универсальная база данных ООО «ИВИС» (ООО «ИВИС»)**

Лицензионный договор № 30-40/02-20еп от 14.02.2020 г.

Срок действия с 22.03.2020 до 31.12.2020 г.

<http://ebiblioteka.ru>

**Электронно-библиотечная система «eLibrary» (ООО «РУНЭБ»)**

Договор №189-585/12-19еп от 05.12.2019

Срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020 <http://elibrary.ru>

**Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» (ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»)**

Договор № 189-200/05-19еп от 29.05.2019 г.

Срок действия с 19.05.2019 до 18.05.2020 г. (+открыт свободный доступ до 30.06.2020)

[www.urait.ru](http://www.urait.ru)

**Электронно-библиотечная система «ЭБС ZNANIUM.COM» (ООО «ЗНАНИУМ»)**

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-50/01-19еп от 17.02.2020 г.

Срок действия с 26.03.2020 до 26.03.2021 г.

[www.znanium.com](http://www.znanium.com)

**Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (ООО «Ай Пи Эр Медиа»)**

Лицензионный договор № 30-601/12-19еп от 06.12.2019 г.

Срок действия с 10.01.2020 до 10.11.2020 г.

[www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)

**Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»**

(ООО «Издательство ЛАНЬ»)

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-95/03-20еп от 11.03.2020 г.

Срок действия с 11.03.2020 до 22.03.2021 г.

<https://e.lanbook.com/>

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

Развитие библиотеки и формирование фондов осуществляется по разным направлениям. Это расширение сервисов и услуг для читателей на сайте [www.samara.mgri.ru](http://www.samara.mgri.ru) (каталог оглавлений периодики, бюллетень новых поступлений, электронный каталог, удалённые ресурсы – ссылки на полнотекстовые источники, виртуальная библиографическая справка, электронный формуляр читателя, заявка на комплектование изданий), обеспечение учебной и научно-исследовательской деятельности, пополнение традиционных библиотечных фондов, обеспечение доступа к полнотекстовым ресурсам внутренним и внешним, базам данных и информационным системам в соответствии с образовательными и научными интересами.

**Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению программы бакалавриата:**

Для реализации программы ОПОП Филиал располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом ОПОП, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Филиал имеет помещения, расположенные по 3 адресам, (находящиеся в безвозмездном пользовании, оперативном управлении и арендованные), общая площадь которых составляет 4 408,1 кв. м.

В составе используемых помещений имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования, компьютерные классы.

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

Обучающиеся Филиала проходят практику в соответствии с утвержденными, в установленном порядке, учебными планами и графиком учебного процесса в базовых

учреждениях и организациях соответствующего профиля, с которыми заключены договора о сотрудничестве. В СФ МГПУ заключено более 120 долгосрочных и краткосрочных договоров о сотрудничестве с центрами развития детей, центрами дополнительного образования, учреждениями дошкольного образования, общеобразовательными учреждениями, центрами образования, гимназиями, лицеями, учреждениями среднего профессионального образования, территориальными управлениями образования, центрами социальной защиты населения, центрами социальной помощи семье и детям, государственными музеями, библиотеками, предприятиями.

Филиал подключен к сети «Интернет» и располагает локальной и единой вычислительной сетью. Имеет 7 серверов, 7 компьютерных классов, 30 мультимедийных аудиторий. Широкое распространение в управлении образовательным процессом, в проведении занятий для обучающихся,

получили современные образовательные Интернет-технологии: видеоконференции и видеолекции, в Филиале имеется 2 профессиональных комплекта для проведения ВКС (видеоконференцсвязи). Конференц-зал оборудован системой синхронного перевода на 60 мест с возможностью одновременного перевода с 3 языков.

В филиале при организации и проведении учебного процесса используются 222 компьютера (111 ноутбуков, 4 планшетных компьютера, 17 мультимедийных проекторов, 19 телевизоров, 8 интерактивных досок, 21 принтер, 12 сканеров, 34 многофункциональных устройства). Преподаватели также активно используют в своей деятельности персональные компьютеры. Все компьютеры имеют доступ к сети Интернет. Корпуса объединены в локальную сеть с помощью оптоволоконного кабеля. Скорость передачи данных составляет до 100 Мбит/сек.

Рабочий и учебный процесс в филиале обеспечивается лицензионным программным обеспечением, используются обучающие компьютерные программы по отдельным дисциплинам и темам, профессиональные пакеты программ по направлениям подготовки, программы компьютерного тестирования, программы для решения организационных, управленческих и экономических задач филиала.

В филиале функционирует медицинский кабинет (лицензия № ЛО-63-01-003850 от 12.08.2016), который снабжен необходимым оборудованием, медикаментами и мебелью. В филиале работает врач (заведующий мед.кабинетом).

Для питания обучающихся и сотрудников организована столовая, которая рассчитана на 132 посадочных места, и ее площадь составляет 122 кв.м. Столовая работает в течение всего дня, что позволяет обучающимся любой формы обучения и сотрудникам питаться в удобное время.

В состав Филиала входит библиотека с 2-я подразделениями. Общая площадь библиотеки - 274,72 кв.м. Библиотека имеет 2 читальных зала с количеством читательских мест 108. Объем фонда библиотеки составляет 48439 экз. ЭБС предоставляет доступ к более 150 тыс. наименований изданий и более 20 тыс. наименований журналов.

#### **Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата:**

Реализация ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Педагогическое образование, профиль «Русская филология» обеспечивается научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины, и ученую степень в соответствующей профессиональной сфере и систематически занимающимися научной и научно-методической деятельностью:

- 88% преподавателей (в приведенных к целочисленным значениям ставок), обеспечивающих учебный процесс, имеют российские ученые степени и ученые звания,
- ученые степени доктора наук или ученое звание профессора имеют 43 % преподавателей.

#### **Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата:**

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

**Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата:**

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

В целях совершенствования программы бакалавриата Организация при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников Организации.

В рамках внутренней системы оценки качества образовательной деятельности по программе бакалавриата обучающимся предоставляется возможность оценивания условий, содержания, организации и качества образовательного процесса в целом и отдельных дисциплин (модулей) и практик.

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

Внешняя оценка качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата может осуществляться в рамках профессионально-общественной аккредитации, проводимой работодателями, их объединениями, а также уполномоченными ими организациями, в том числе иностранными организациями, либо авторизованными национальными профессионально-общественными организациями, входящими в международные структуры, с целью признания качества и уровня подготовки выпускников отвечающими требованиям профессиональных стандартов (при наличии) и (или) требованиям рынка труда к специалистам соответствующего профиля.

**7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ПООП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

<b>№ п/п</b>	<b>ФИО</b>	<b>Должность</b>
1	Растягаев Андрей Викторович	Зав. кафедрой филологии и массовых коммуникаций
2	Сложеникина Юлия Владимировна	Профессор кафедры филологии и массовых коммуникаций

**8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ**

## **С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

ОПОП ВО подготовки обучающихся обеспечивается учебно-методической документацией и материалами по всем учебным курсам, дисциплинам (модулям) ОПОП ВО.

Внеаудиторная работа обучающихся сопровождается методическим обеспечением и обоснованием времени, затрачиваемого на ее выполнение.

Филиал имеет право при ведении образовательной деятельности применять электронное обучение и дистанционные образовательные технологии во всех видах образовательной деятельности, включая контактную работу, проведение текущей, промежуточной и государственной итоговой аттестации, а также всех видов практик.

СФ ГАОУ ВО МГПУ располагает современной библиотекой с постоянно пополняемым библиотечным фондом – более 50.000 экземпляров. Библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными изданиями основной и дополнительной учебной литературы по дисциплинам базовой и вариативной части ОПОП, из расчета не менее 50 экземпляров каждого из изданий основной литературы, перечисленной в рабочих программах дисциплин (модулей), и не менее 25 экземпляров дополнительной литературы на 100 обучающихся.

Фонд дополнительной литературы включает учебные, официальные, справочно-библиографические издания в расчете 1-2 экземпляра на каждые 100 обучающихся.

Доступ к изданиям с помощью информационной библиотечной системы филиала MARK-SQL по средством сети Интернет по адресу: <http://library.sfmgpu.ru>.

В Университете создана Электронная библиотека, которая регулярно пополняется.

Каждый обучающийся имеет индивидуальный логин и пароль к ЭБС «Университетская библиотека online» и ЭБС ZNANIUM.COM, содержащей издания по основным изучаемым дисциплинам.

**Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (ООО «НексМедиа»)**

Лицензионный договор № 30-129/03-20еп от 26.03.2020 г.

Срок действия с 03.04.2020 до 02.04.2021 г.

<http://biblioclub.ru>

**Универсальная база данных ООО «ИВИС» (ООО «ИВИС»)**

Лицензионный договор № 30-40/02-20еп от 14.02.2020 г.

Срок действия с 22.03.2020 до 31.12.2020 г.

<http://ebiblioteka.ru>

**Электронно-библиотечная система «eLibrary» (ООО «РУНЭБ»)**

Договор №189-585/12-19еп от 05.12.2019

Срок действия с 01.01.2020 по 31.12.2020 <http://elibrary.ru>

**Электронно-библиотечная система «ЮРАЙТ» (ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ»)**

Договор № 189-200/05-19еп от 29.05.2019 г.

Срок действия с 19.05.2019 до 18.05.2020 г. (+открыт свободный доступ до 30.06.2020)

[www.urait.ru](http://www.urait.ru)

**Электронно-библиотечная система «ЭБС ZNANIUM.COM» (ООО «ЗНАНИУМ»)**

Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-50/01-19еп от 17.02.2020 г.

Срок действия с 26.03.2020 до 26.03.2021 г.

[www.znanium.com](http://www.znanium.com)

**Электронно-библиотечная система «IPRbooks» (ООО «Ай Пи Эр Медиа»)**

Лицензионный договор № 30-601/12-19еп от 06.12.2019 г.

Срок действия с 10.01.2020 до 10.11.2020 г.

[www.iprbookshop.ru](http://www.iprbookshop.ru)

**Электронно-библиотечная система «ЛАНЬ»**

(ООО «Издательство ЛАНЬ»)



Гражданско-правовой договор автономного учреждения № 30-95/03-20еп от 11.03.2020 г.

Срок действия с 11.03.2020 до 22.03.2021 г.

<https://e.lanbook.com/>

По индивидуальным логинам и паролям, предоставляемым Исполнителем, из любой точки доступа в сеть Интернет, круглосуточно, без ограничения времени пользования.

Развитие библиотеки и формирование фондов осуществляется по разным направлениям. Это расширение сервисов и услуг для читателей на сайте [www.samara.mgpi.ru](http://www.samara.mgpi.ru) (каталог оглавлений периодики, бюллетень новых поступлений, электронный каталог, удалённые ресурсы – ссылки на полнотекстовые источники, виртуальная библиографическая справка, электронный формуляр читателя, заявка на комплектование изданий), обеспечение учебной и научно-исследовательской деятельности, пополнение традиционных библиотечных фондов, обеспечение доступа к полнотекстовым ресурсам внутренним и внешним, базам данных и информационным системам в соответствии с образовательными и научными интересами.

## **9. ОСНОВНЫЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В ВУЗЕ В СООТВЕТСТВИИ С ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННОГО И МУНИЦИПАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

Для реализации программы ОПОП Филиал располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы обучающихся, которые предусмотрены учебным планом ОПОП, и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Филиал имеет помещения, расположенные по 3 адресам, (находящиеся в безвозмездном пользовании, оперативном управлении и арендованные), общая площадь которых составляет 4 408,1 кв. м.

В составе используемых помещений имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования, компьютерные классы.

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

Обучающиеся Филиала проходят практику в соответствии с утвержденными, в установленном порядке, учебными планами и графиком учебного процесса в базовых учреждениях и организациях соответствующего профиля, с которыми заключены договора о сотрудничестве. В СФ МГПУ заключено более 120 долгосрочных и краткосрочных договоров о сотрудничестве с центрами развития детей, центрами дополнительного образования, учреждениями дошкольного образования, общеобразовательными учреждениями, центрами образования, гимназиями, лицеями, учреждениями среднего профессионального образования, территориальными управлениями образования, центрами социальной защиты населения, центрами социальной помощи семье и детям, государственными музеями, библиотеками, предприятиями.

Филиал подключен к сети «Интернет» и располагает локальной и единой вычислительной сетью. Имеет 7 серверов, 7 компьютерных классов, 30 мультимедийных

аудиторий. Широкое распространение в управлении образовательным процессом, в проведении занятий для обучающихся,

получили современные образовательные Интернет-технологии: видеоконференции и видеолекции, в Филиале имеется 2 профессиональных комплекта для проведения ВКС (видеоконференцсвязи). Конференц-зал оборудован системой синхронного перевода на 60 мест с возможностью одновременного перевода с 3 языков.

В филиале при организации и проведении учебного процесса используются 222 компьютера (111 ноутбуков, 4 планшетных компьютера, 17 мультимедийных проекторов, 19 телевизоров, 8 интерактивных досок, 21 принтер, 12 сканеров, 34 многофункциональных устройства). Преподаватели также активно используют в своей деятельности персональные компьютеры. Все компьютеры имеют доступ к сети Интернет. Корпуса объединены в локальную сеть с помощью оптоволоконного кабеля. Скорость передачи данных составляет до 100 Мбит/сек.

Рабочий и учебный процесс в филиале обеспечивается лицензионным программным обеспечением, используются обучающие компьютерные программы по отдельным дисциплинам и темам, профессиональные пакеты программ по направлениям подготовки, программы компьютерного тестирования, программы для решения организационных, управленческих и экономических задач филиала.

В филиале функционирует медицинский кабинет (лицензия № ЛО-63-01-003850 от 12.08.2016), который снабжен необходимым оборудованием, медикаментами и мебелью. В филиале работает врач (заведующий мед.кабинетом).

Для питания обучающихся и сотрудников организована столовая, которая рассчитана на 132 посадочных места, и ее площадь составляет 122 кв.м. Столовая работает в течение всего дня, что позволяет обучающимся любой формы обучения и сотрудникам питаться в удобное время.

В состав Филиала входит библиотека с 2-я подразделениями. Общая площадь библиотеки - 274,72 кв.м. Библиотека имеет 2 читальных зала с количеством читательских мест 108. Объем фонда библиотеки составляет 48439 экз. ЭБС предоставляет доступ к более 150 тыс. наименований изданий и более 20 тыс. наименований журналов.