

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
«_____» _____ 2023 г.

**АДАПТИРОВАННАЯ ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
БАКАЛАВРИАТ**

по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
направленность (профиль) программы бакалавриата
«Медиапространство и медиаиндустрия»

Срок получения образования по программе бакалавриата – 4 года / 4года 6месяцев
Форма обучения очная /заочная

Адаптированная основная профессиональная образовательная программа высшего образования утверждена Ученым советом Самарского филиала от 22 июня 2023 г. протокол № 11

Самара
2023

Программа составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» и уровню высшего образования бакалавриат, утвержденный приказом Министерства образования и науки России от 08.06.2017 № 512

Разработчики:

Лысова О.Ю., кандидат филологических наук, доцент, заведующий кафедрой филологии и массовых коммуникаций

Анисимова А.Н., кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций

Эксперты:

- доктор политических наук, профессор, зав. кафедрой связей с общественностью ФГОБУ ВПО «Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики» И.В. Андропова;

- доктор филологических наук, доцент, директор МБОУ ОДПО ЦРО г.о. Самара Э.А. Гашимов

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры русской филологии и массовых коммуникаций

Протокол № 09 от 24 апреля 2023 г.

Зав. кафедрой: Лысова О.Ю., к.филол.н., доцент

Программа прошла экспертизу учебно-методической комиссии СФ ГАОУ ВО МГПУ

Протокол № 02 от 11 мая 2023 г.

Председатель УМК: к.т.н., доц. С.Р. Кирюков

Программа одобрена на заседании Ученого совета филологического факультета

Протокол № 09 от 19 мая 2023 г.

Декан факультета: Э. С. Савицкая, д.пед.н., доцент

Программа утверждена на заседании Ученого совета СФ ГАОУ ВО МГПУ

Протокол № 2 от 20 сентября 2022 г.

© СФ ГАОУ ВО МГПУ, 2023

© Кафедра филологии и массовых коммуникаций, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	5
1.1.	Назначение адаптированной ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»	5
1.2.	Нормативно-правовая база	5
2.	ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ	5
2.1.	Общее описание профессиональной деятельности выпускников.....	6
2.2.	Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО	6
2.3.	Перечень основных задач профессиональной деятельности выпускников	6
3.	ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 442.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»	12
3.1.	Миссия, цель, задачи ОПОП ВО Направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»	38
3.2.	Квалификация, присваиваемая выпускникам ОПОП ВО	
3.3.	Объем программы бакалавриата	
3.4.	Формы обучения.....	38
3.5.	Срок получения образования.....	39
3.6.	Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП.....	39
4.	ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО	39
4.1.	Требования к планируемым результатам освоения ОПОП ВО, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части	40
4.1.1.	Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	40
4.1.2.	Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	40
4.1.3.	Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения	40
5.	СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»	44
5.1.	Обязательная часть ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»	46
5.2.	Типы практик.	50
5.3.	Учебный план и календарный учебный график	
5.4.	Аннотации рабочих программ дисциплин и практик направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»	51
5.5.	Особенности организации работы по ОП для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	55
5.6.	Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам	56
5.7.	Воспитательная работа с обучающимися	
5.8.	Проведение промежуточной аттестации и текущего контроля для обучающихся с ОВЗ и инвалидностью.....	59
5.9.	Программа государственной итоговой аттестации.....	148
6.	УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО	

ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА «Медиапространство и медиаиндустрия»	149
7. СПИСОК РАЗРАБОТЧИКОВ ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА «Медиапространство и медиаиндустрия»	156
	157

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Назначение адаптированной ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП ВО) подготовки бакалавра 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия» 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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия», утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 512, и с учетом профессиональных стандартов: Профессиональный стандарт специалиста по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 9 ноября 2016 г. № 612н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»» 6 декабря 2016; Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. № 535н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 4 сентября 2014 г., регистрационный № 33973); Профессиональный стандарт «Специалист по информационным ресурсам» утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 8 сентября 2014 г. № 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный № 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 13 января 2017 г., регистрационный № 45230).

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.

В пунктах 5.5 и 5.8 адаптированной ОПОП ВО отражены все условия, которые создаются для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

1.2. Нормативно-правовая база

Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- 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;
- Федеральный государственный образовательный стандарт 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;

- 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;
- 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;
- Приказ Минобрнауки России от 09.06.2016 № 694 «О внесении изменений в административные регламенты предоставления государственных услуг в части условий доступности государственных услуг для инвалидов»;
- Приказ Минобрнауки от 23.08.2017 № 816 «Об утверждении Порядка применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ»
- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Минобрнауки России от 27 ноября 2015 г. № 1383;
- Устав Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы Московского городского педагогического университета;
- Положение Самарского филиала Государственного автономного образовательного учреждения высшего образования города Москвы «Московский городской педагогический университет».

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ВЫПУСКНИКОВ

2.1. Общее описание профессиональной деятельности выпускников

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, включает:

- коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;
- техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций; технологи и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг,
- коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;
- общественное мнение.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, являются:

- федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления;
- негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации;
- научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;
- производственные и сервисные предприятия.

2.2. Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с ФГОС ВО

Перечень профессиональных стандартов, соотнесенных с федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия».

6 декабря 2016 утвержден профстандарт специалиста по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ

от 9 ноября 2016 г. № 612н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»» 6 декабря 2016.

В нем дана характеристика трудовых функций в зависимости от уровня квалификации (выполняемые трудовые действия, необходимые умения и знания). Приведены требования к образованию и обучению, опыту практической работы.

Данный специалист занимается организацией торгово-промышленных выставок.

Профстандарт применяется работодателями при формировании кадровой политики и в управлении персоналом, при организации обучения и аттестации работников, заключении трудовых договоров, разработке должностных инструкций и установлении систем оплаты труда. Его также могут использовать организации профобразования при разработке профессиональных образовательных программ.

Зарегистрировано в Минюсте РФ 22 ноября 2016 г. Регистрационный № 44399.

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
01. Деятельность по организации торгово-промышленных выставок		
1.	33.019	Профессиональный стандарт специалиста по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 9 ноября 2016 г. № 612н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по выставочной деятельности в сфере торгово-промышленных выставок»» 6 декабря 2016.

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»

Код и наименование профессионального стандарта	Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
	Код	Наименование	Уровень квалификации	Наименование	Код	Уровень (подуровень) квалификации
33.019	А	Операционная деятельность по организации торгово-промышленных выставок	6	Ведение и поддержание в актуальном состоянии базы данных участников торгово-промышленных выставок, а также мероприятий деловой и дополнительной программы выставок	A/01.6	6
				Привлечение участников торгово-промышленных выставок	A/02.6	6
				Подготовка маркетинговых материалов о торгово-промышленных выставках	A/03.6	6
				Ведение документооборота торгово-промышленной выставки	A/04.6	6
				Подготовка отчетов о ходе реализации различных этапов организации торгово-промышленной выставки	A/05.6	6
				Обеспечение проведения торгово-промышленной выставки в соответствии с заявленной программой и соглашениями с организаторами, партнерами, спонсорами	A/06.6	6
				Контроль исполнения клиентами обязательств по оплате участия в торгово-промышленной выставке	A/07.6	6

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

				Консультирование участников торгово-промышленной выставки по вопросам оптимальной организации их участия	A/08.6	6
				Обеспечение соответствия торгово-промышленной выставки требованиям нормативных правовых актов в сфере безопасности жизнедеятельности, экологии и здравоохранения	A/09.6	6
33.019	B	Управление проектом торгово-промышленной выставки	6	Маркетинговый анализ, направленный на выявление возможностей эффективного развития проекта торгово-промышленной выставки	B/01.6	6
				Разработка концепции и бизнес-плана организации проекта торгово-промышленной выставки	B/02.6	6
				Управление реализацией проекта торгово-промышленной выставки	B/03.6	6
				Обеспечение соответствия маркетингового плана торгово-промышленной выставки концепции и бизнес-плану торгово-промышленной выставки	B/04.6	6
				Организация совместной работы с партнерами торгово-промышленной выставки, в том числе с заинтересованными органами государственного управления, отраслевыми ассоциациями и союзами, торгово-промышленными палатами, отраслевыми организациями	B/05.6	6

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

				Заключение договоров на выполнение работ с подрядчиками торгово-промышленной выставки и договоров на продажу выставочных площадей с агентскими организациями	V/06.6	6
				Организация работы офиса организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок во время проведения торгово-промышленной выставки	V/07.6	6
				Анализ результатов проведения торгово-промышленной выставки для повышения эффективности будущих проектов	V/08.6	6
33.019	С	Управление процессом подготовки к участию в торгово-промышленной выставке организации-экспонента	6	Разработка и согласование с руководством стратегии и программы участия организации-экспонента в торгово-промышленных выставках	C/01.6	6
				Организация эффективной подготовки к участию в торгово-промышленной выставке	C/02.6	6
				Управление процессом участия в торгово-промышленной выставке	C/03.6	6
				Оценка эффективности участия в торгово-промышленной выставке	C/04.6	6
33.019	D	Стратегическое управление выставочной деятельностью организации - профессионального организатора торгово-	7	Управление реализацией стратегии развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок	D/01.7	7
				Управление реализацией стратегии развития организации - профессионального организатора торгово-промышленных выставок	D/01.7	7

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

		промышленных выставок		Представление интересов организации- профессионального организатора торгово- промышленных выставок в органах государственного управления, отраслевых союзах и ассоциациях	D/03.7	7
--	--	--------------------------	--	---	--------	---

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)
33019 Деятельность по организации торгово-промышленных выставок)	организационно-управленческая деятельность	<ul style="list-style-type: none"> - участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации; - участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе 	<ul style="list-style-type: none"> - федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; - негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; - научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; - производственные и сервисные предприятия.
	проектная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> - участие в проектировании программ отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью; - обеспечение средств и методов реализации проектов, - участие в организации работы проектных команд; - подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) 	<ul style="list-style-type: none"> - федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; - негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; - научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; - производственные и сервисные предприятия.
33019 Деятельность по организации торгово-промышленных выставок)	коммуникационная деятельность	<ul style="list-style-type: none"> - участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, - обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе государственными органами, общественными организациями, 	<ul style="list-style-type: none"> - федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; - негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; - научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность;

		<p>коммерческими структурами, средствами массовой информации,</p> <ul style="list-style-type: none"> - участие в формировании и поддержании корпоративной культуры 	<p>производственные и сервисные предприятия.</p>
<p>33019 Деятельность по организации торгово-промышленных выставок)</p>	<p>рекламно-информационная деятельность</p>	<ul style="list-style-type: none"> - разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы 	<ul style="list-style-type: none"> - федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; - негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; - научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; - производственные и сервисные предприятия.
<p>33019 Деятельность по организации торгово-промышленных выставок)</p>	<p>рыночно-исследовательская и прогнозная - аналитическая деятельность</p>	<ul style="list-style-type: none"> - участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований; - написание аналитических справок, обзоров и прогнозов; информационно-технологическая деятельность: - участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы; - участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт); - участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов. 	<ul style="list-style-type: none"> - федеральные органы государственной власти, органы государственной власти субъектов Российской Федерации, органы местного самоуправления; - негосударственные, общественные и коммерческие организации, средства массовой информации; - научные организации и организации, осуществляющие образовательную деятельность; - производственные и сервисные предприятия.

4 августа 2014 г. утвержден профстандарт специалиста по продвижению и распространению продукции средств массовой информации: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»».

В нем дана характеристика трудовых функций в зависимости от уровня квалификации (выполняемые трудовые действия, необходимые умения и знания). Приведены требования к образованию и обучению, опыту практической работы.

Данный специалист занимается содействием формированию и удовлетворению потребительского спроса на продукцию СМИ, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания

Профстандарт применяется работодателями при формировании кадровой политики и в управлении персоналом, при организации обучения и аттестации работников, заключении трудовых договоров, разработке должностных инструкций и установлении систем оплаты труда. Его также могут использовать организации профобразования при разработке профессиональных образовательных программ.

Зарегистрировано в Минюсте РФ Зарегистрирован 4 сентября 2014 г.
 Регистрационный № 33973

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.009	Содействие формированию и удовлетворению потребительского спроса на продукцию СМИ, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания Профессиональный стандарт специалиста по продвижению и распространению продукции средств массовой информации: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 4 августа 2014 г. N 535н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации» (Зарегистрирован 4 сентября 2014 г. Регистрационный № 33973).

**Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт
 (функциональная карта вида профессиональной деятельности)**

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
1	2	3	4	5	6
А	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	А/01.5	5
			Организация поставки продукции СМИ	А/02.5	5
			Организация и проведение подписной кампании	А/03.5	5

В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	В/01.6	6
			Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	В/02.6	6
			Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	В/03.6	6
			Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	В/04.6	6

Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация распространения продукции СМИ	Код	А	Уровень квалификации	5
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Менеджер по продажам Специалист по продажам
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики:

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
------------------------	-----	--

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

ОКЗ	3415	Агенты по продаже
*(3)	-	Менеджер (в торговле)
*(4)	080300	Коммерция

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
1	2	3	4	5	6
А	Организация распространения продукции СМИ	5	Реализация продукции СМИ	A/01.5	5
			Организация поставки продукции СМИ	A/02.5	5
			Организация и проведение подписной кампании	A/03.5	5
В	Организация продвижения продукции СМИ	6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	B/01.6	6
			Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	B/02.6	6
			Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	B/03.6	6
			Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	B/04.6	6

III. Характеристика обобщенных трудовых функций

3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация распространения продукции СМИ	Код	А	Уровень квалификации	5
--------------	---	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код	Регистрационный

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

				оригинала	номер профессионального стандарта
--	--	--	--	-----------	-----------------------------------

Возможные наименования должностей	Менеджер по продажам Специалист по продажам
-----------------------------------	--

Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование - программы подготовки специалистов среднего звена
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики:

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	3415	Агенты по продаже
*(3)	-	Менеджер (в торговле)
*(4)	080300	Коммерция

3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Реализация продукции СМИ	Код	A/01.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	--------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Анализ ситуации на рынке услуг по реализации продукции СМИ
	Поиск организаций, доводящих продукцию СМИ до потребителей
	Представление (презентация) продукции СМИ
	Ведение переговоров с представителями организаций, осуществляющих доведение продукции СМИ до потребителей
	Формирование плана-графика поставки продукции СМИ
	Составление и заключение договоров поставки продукции СМИ (иных)

	договоров реализации продукции СМИ)
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
	Находить и анализировать необходимую информацию
	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	Составлять договоры поставки и иные договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Необходимые знания	Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующей деятельность гражданское законодательство Российской Федерации
	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
	Ассортимент реализуемой продукции СМИ
	Утвержденные цены (тарифы) и порядок ценообразования при организации поставок продукции СМИ
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

3.1.2. Трудовая функция

Наименование	Организация поставки продукции СМИ	Код	A/02.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	------------------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Поиск и отбор организаций, оказывающих логистические и транспортные услуги
	Составление и заключение договоров на доставку продукции СМИ, формирование необходимой документации для доставки продукции СМИ (в случае доставки корпоративным транспортом)

	Подготовка необходимой сопроводительной документации для организации поставки продукции СМИ
	Контроль своевременной и полной поставки продукции СМИ
	Контроль своевременной оплаты поставляемой продукции СМИ
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
	Осуществлять учет поставок продукции СМИ и платежей за поставляемую продукцию
	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Необходимые знания	Основные нормы законодательства Российской Федерации, регламентирующего коммерческую деятельность, гражданское законодательство Российской Федерации
	Основы бухгалтерского и статистического учета
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
Другие характеристики	-

3.1.3. Трудовая функция

Наименование	Организация и проведение подписной кампании	Код	A/03.5	Уровень (подуровень) квалификации	5
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Обработка и анализ данных по тиражам изданий и дистрибьюторам
	Обеспечение информационно-аналитической поддержки подразделения распределения
	Осуществление деятельности по сбору подписки

	Формирование и исполнение мероприятий по стимулированию и сбору подписки
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии для обработки данных
	Анализировать ситуацию на рынке по реализации печатных СМИ
	Готовить информационно-аналитические материалы по потребительскому спросу
	Выверять, корректировать получаемую информацию по продажам тиражей
	Готовить справочно-информационные материалы для освещения подписной кампании
	Анализировать итоги подписной кампании
Необходимые знания	Законодательство Российской Федерации, иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность СМИ
	Основные приемы техники активных продаж
Другие характеристики	-

3.2. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Организация продвижения продукции СМИ	Код	В	Уровень квалификации	6
--------------	---------------------------------------	-----	---	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей	Специалист по маркетингу, менеджер по маркетингу, менеджер по рекламе
Требования к образованию и обучению	Высшее образование - бакалавриат
Требования к опыту практической работы	-
Особые условия допуска к работе	-

Дополнительные характеристики:

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности
------------------------	-----	--

		(профессии) или специальности
ОКЗ	2413	Специалист по коммерческой деятельности
ЕКС	-	Менеджер по маркетингу и сбыту продукции
	-	Специалист по маркетингу
ОКСО	080111	Маркетинг
	080300	Коммерция
	080500	Менеджмент

3.2.1. Трудовая функция

Наименование	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	Код	В/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ
	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
	Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ
	Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
	Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты
	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа

	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
	Выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей
	Составлять аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
Необходимые знания	Гражданское законодательство Российской Федерации
	Маркетинговые технологии
	Основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности
Другие характеристики	-

3.2.2. Трудовая функция

Наименование	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	Код	В/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
	Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
	Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ
	Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ
	Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и

	стратегиями других подразделений и организации в целом
	Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
	Разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
	Интегрировать различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
	Осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение
Необходимые знания	Гражданское законодательство Российской Федерации
	Организация системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
	Маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента
	Технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регламентирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
Другие характеристики	-

3.2.3. Трудовая функция

Наименование	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	Код	В/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку
-------------------	--

	рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
	Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
	Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
	Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах
	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях
	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
Необходимые умения	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии
	Выступать на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	Вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами)
	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую учетную и отчетную документацию
Необходимые знания	Гражданское законодательство Российской Федерации
	Основные принципы организации рекламной кампании
	Методы оценки позиции интернет-сайта в поисковых системах
	Основы проектной деятельности
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
Другие характеристики	-

3.2.4. Трудовая функция

Наименование	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	Код	В/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	---	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Разработка системы показателей для оценки эффективности мероприятий по продвижению продукции СМИ
	Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции
	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов
	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ
	Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ
Необходимые умения	Формулировать наблюдаемые, измеримые и достоверные показатели, характеризующие продвижение продукции СМИ
	Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
	Использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
	Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных
	Составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров
Необходимые знания	Гражданское законодательство Российской Федерации
	Принципы построения и оценки обратной связи с потребителями продукции СМИ
	Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
	Правила охраны труда, пожарной безопасности, внутренний трудовой распорядок
Другие характеристики	-

**(1) Общероссийский классификатор занятий.*

**(2) Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.*

**(3) Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.*

**(4) Общероссийский классификатор специальностей по образованию.*

С 01.03.2023 по 01.03.2029 действует профстандарт специалиста по информационным ресурсам: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 19.07.2022 № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам».

В нем дана характеристика трудовых функций в зависимости от уровня квалификации (выполняемые трудовые действия, необходимые умения и знания). Приведены требования к образованию и обучению, опыту практической работы.

Данный специалист занимается созданием информационных ресурсов в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и управлением ими.

Профстандарт применяется работодателями при формировании кадровой политики и в управлении персоналом, при организации обучения и аттестации работников, заключении трудовых договоров, разработке должностных инструкций и установлении систем оплаты труда. Его также могут использовать организации профобразования при разработке профессиональных образовательных программ.

Регистрационный номер 45230

№ п/п	Код профессионального стандарта	Наименование области профессиональной деятельности. Наименование профессионального стандарта
06. Связь, информационные и коммуникационные технологии		
1.	06.013	Распространение информации, реклама товаров и услуг, информационная поддержка бизнес-процессов организаций, повышение эффективности коммуникаций с потребителями продукции и развитие электронной коммерции Профессиональный стандарт специалиста по информационным ресурсам: приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 19.07.2022 № 420н «Об утверждении профессионального стандарта «Специалист по информационным ресурсам».

Группа занятий:

2431	Специалисты по рекламе и маркетингу	3514	Специалисты-техники по Web
4132	Служащие по введению данных	-	-

(код ОКЗ <1>)

(наименование)

(код ОКЗ)

(наименование)

Отнесение к видам экономической деятельности:

63.11	Деятельность по обработке данных, предоставление услуг по размещению информации и связанная с этим деятельность
63.12	Деятельность web-порталов

(код ОКВЭД <2>)

(наименование вида экономической деятельности)

Описание трудовых функций, входящих в профессиональный стандарт (функциональная карта вида профессиональной деятельности)

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

Обобщенные трудовые функции			Трудовые функции		
код	наименование	уровень квалификации	наименование	код	уровень (подуровень) квалификации
А	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	4	Ввод и обработка текстовых данных для сайтов	А/01.4	4
			Сканирование и обработка графической информации	А/02.4	4
			Ведение информационных баз данных	А/03.4	4
			Размещение информации на сайте	А/04.4	4
В	Создание и редактирование информационных ресурсов	5	Подбор информации по тематике сайта	В/01.5	5
			Создание информационных материалов для сайта	В/02.5	5
			Редактирование информации на сайте	В/03.5	5
			Ведение новостных лент и представительств в социальных сетях	В/04.5	5
			Модерирование обсуждений на сайте, форуме и в социальных сетях	В/05.5	5
			Нормативный контроль содержания сайта	В/06.5	5
С	Управление информационными ресурсами	6	Организация работ по созданию и редактированию	С/01.6	6

			контента сайтов		
			Управление информацией из различных источников	С/02.6	6
			Контроль за наполнением сайта	С/03.6	6
			Организация работ по изменению структуры сайта	С/04.6	6
			Анализ информационных потребностей посетителей сайта	С/05.6	6
			Подготовка отчетности по сайту	С/06.6	6
			Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	С/07.6	6

Характеристика обобщенных трудовых функций
3.1. Обобщенная трудовая функция

Наименование	Техническая обработка и размещение информационных ресурсов на сайте	Код А	Уровень квалификации	4
--------------	---	-------	----------------------	---

Происхождение обобщенной трудовой функции	Оригинал	<input checked="" type="checkbox"/>	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Возможные наименования должностей, профессий	Оператор по вводу данных Служащий по вводу данных Администратор веб-сайта Техник веб-сайта Веб-мастер
--	---

Требования к образованию и обучению	Среднее профессиональное образование - программы подготовки квалифицированных рабочих (служащих)
Требования к опыту практической работы	
Особые условия допуска к работе	-
Другие характеристики	-

Дополнительные характеристики

Наименование документа	Код	Наименование базовой группы, должности (профессии) или специальности
ОКЗ	4132	Служащие по введению данных
ЕКС <3>	-	Техник
	-	Техник-программист
ОКПДТР <4>	26927	Техник
	27099	Техник-программист
ОКСО <5>	2.09.01.03	Мастер по обработке цифровой информации
	5.42.01.01	Агент рекламный

3.1.1. Трудовая функция

Наименование	Ввод и обработка текстовых данных для сайтов	Код	A/01.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Наименование	Ввод и обработка текстовых данных для сайтов		Код	A/01.4	Уровень (подуровень) квалификации

Происхождение трудовой	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
------------------------	----------	---	---------------------------	--	--

функции					
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта
Наименование	Ввод и обработка текстовых данных для сайтов		Код	A/01.4	Уровень (подуровень) квалификации 4

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
--------------------------------	----------	---	---------------------------	--	--

Код оригинала Регистрационный номер профессионального стандарта

Наименование	Ввод и обработка текстовых данных для сайтов	Код	A/01.4	Уровень (подуровень) квалификации	4
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

3.3.1. Трудовая функция

Наименование	Организация работ по созданию и редактированию контента сайтов	Код	C/01.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Планирование работ по наполнению сайта				
	Подготовка заданий для исполнителей				
	Распределение работы по созданию и редактированию контента				
	Координация работы по созданию и редактированию контента				

	Мониторинг и оценка результатов выполнения работ, формулирование замечаний
	Документирование сведений о процессах и результатах выполнения работ исполнителями
Необходимые умения	Составлять планы работы, оценивать их содержание и трудоемкость выполнения в зависимости от квалификации
	Работать с большими объемами информации
	Вести документацию по проектам и работам
Необходимые знания	Основные принципы и технологии управления проектами
	Содержание и методы решения задач по созданию и редактированию контента
	Основы менеджмента
	Ключевые методы и средства организации командной работы
Другие характеристики	-

3.3.2. Трудовая функция

Наименование	Управление информацией из различных источников	Код	C/02.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала		
				Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Формирование запросов и получение информации от сотрудников организации
	Согласование и утверждение информационных материалов
	Передача информационных материалов, замечаний, исправлений между специалистами по информационным ресурсам и сотрудниками организации
	Мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" и других источниках
	Общая оценка значимости и приоритетности получаемой информации

Необходимые умения	Работать с большими объемами информации
	Настраивать и использовать программное обеспечение и технические средства для регулярной коммуникации, мониторинга информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
Необходимые знания	Структура организации, зоны ответственности и функции подразделений
	Внутренние правила согласования и утверждения документов
	Особенности работы с агрегаторами новостей, электронными подписками, социальными сетями, форумами
Другие характеристики	-

3.3.3. Трудовая функция

Наименование	Контроль за наполнением сайта	Код	C/03.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	-------------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Оценка полноты сайта, его разделов, представительств в социальных сетях и определение необходимости его пополнения
	Оценка актуальности материалов на сайте и определение необходимости их обновления
	Формирование задания для устранения выявленных недостатков
Необходимые умения	Обрабатывать большие объемы информации
	Анализировать структурированную и неструктурированную информацию
Необходимые знания	Сведения в предметной области сайта, позволяющие оценить актуальность и полноту информационных материалов
Другие характеристики	-

3.3.4. Трудовая функция

Наименование	Организация работ по изменению структуры сайта	Код	С/04.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Выявление необходимости изменения структуры сайта или его разделов
	Оценка возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру
	Изменение структуры сайта с помощью системы управления контентом - создание новых разделов, подразделов
	Перемещение информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов
	Проверка правильности отображения внесенных изменений
Необходимые умения	Работать с широко распространенными и специализированными системами управления контентом
	Осуществлять реструктуризацию сайта и перемещение веб-страниц, информационных блоков базы данных
Необходимые знания	Принципы работы систем управления контентом и систем хранения файлов, информационных блоков
	Методы и стандарты проектирования сайтов
Другие характеристики	-

3.3.5. Трудовая функция

Наименование	Анализ информационных потребностей посетителей сайта	Код	С/05.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Общий анализ посещаемости сайта, в том числе с использованием инструментальных средств
	Выявление наиболее популярных страниц
	Определение обобщенных характеристик аудитории сайта
	Анализ оценки, замечаний, жалоб и предложений посетителей сайта
	Оценка эффективности работы сайта на основе имеющихся данных
	Выработка решения (рекомендации) по наполнению сайта контентом
Необходимые умения	Анализировать структурированную и неструктурированную информацию
	Работать с большими объемами информации
	Использовать популярные сервисы для оценки посещаемости и характеристик аудитории сайта
	Настраивать и эксплуатировать системы управления контентом и социальные сети для оценки посещаемости
Необходимые знания	Терминология и ключевые параметры веб-статистики
	Основные принципы и методы сбора статистики посещаемости веб-сайтов
	Сервисы для сбора веб-статистики
Другие характеристики	-

3.3.6. Трудовая функция

Наименование	Подготовка отчетности по сайту	Код	С/06.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--------------------------------	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Займствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Документирование работ по управлению информационными ресурсами сайта
-------------------	--

	Фиксирование и анализ результатов выполнения заданий, проектной информации
	Обработка результатов аналитической деятельности
	Сбор дополнительных материалов
	Подготовка итоговой отчетности
Необходимые умения	Осуществлять сбор и систематизацию документов, настройку потоков документооборота
	Составлять отчеты в популярных текстовых редакторах
	Анализировать и обобщать информацию
Необходимые знания	Требования к оформлению документации, отчетов
	Грамматика (орфография, синтаксис) русского языка и стилистические приемы оформления технической документации
Другие характеристики	-

3.3.7. Трудовая функция

Наименование	Поддержка процессов модернизации и продвижения сайта	Код	C/07.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
--------------	--	-----	--------	-----------------------------------	---

Происхождение трудовой функции	Оригинал	X	Заимствовано из оригинала	Код оригинала	Регистрационный номер профессионального стандарта

Трудовые действия	Внутренняя поисковая оптимизация информационных ресурсов
	Формирование предложений по развитию сайта
	Поддержание процессов проектирования сайта и анализа требований пользователей, бизнес-требований, существующей структуры и содержания веб-сайта
	Поддержание процессов разработки и тестирования новой функциональности веб-сайта, систем управления контентом
	Поддержание процессов опытной эксплуатации веб-сайта
Необходимые	Формулировать требования к структуре и сервисам веб-сайта

умения	Моделировать (описывать) бизнес-процессы
	Тестировать функциональность сайта
Необходимые знания	Процессы и методы разработки веб-сайтов
	Методы поисковой оптимизации
	Подходы и методики тестирования веб-сайтов
Другие характеристики	-

<1> Общероссийский классификатор занятий.

<2> Общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

<3> Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих.

<4> Общероссийский классификатор профессий рабочих, должностей служащих и тарифных разрядов.

<5> Общероссийский классификатор специальностей по образованию.

3. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ОПОП ВО, РЕАЛИЗУЕМОЙ В РАМКАХ НАПРАВЛЕНИЯ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА «Медиапространство и медиаиндустрия»

3.1. Миссия, цель, задачи ОПОП ВО Направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»

Миссия настоящей ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»-закрепление статуса престижного и конкурентоспособного направления в СФ МГПУ, готовящего высококвалифицированные и обладающие необходимыми компетенциями кадры, востребованные на рынке труда; развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общекультурных (универсальных) и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

Цели ОПОП ВО:

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования бакалавриата, реализуемая по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия» имеет своей целью развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Задачи ОПОП ВО по подготовке бакалавров:

проектная деятельность:

- участие 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;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

социально-просветительская деятельность:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, - - обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации,
- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

авторская деятельность:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в формировании поддержки корпоративной культуры;

редакторская деятельность:

- разработка, подготовка к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;

маркетинговая деятельность:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов; информационно-технологическая деятельность:
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

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, заочная, очно-заочная.

3.5. Срок получения образования

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

3.6. Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП

К освоению программы допускаются лица, имеющие среднее общее и профессиональное начальное или среднее профессиональное образование. Прием на обучение по программе проводится на базе среднего общего образования – на основании оцениваемых по стобалльной шкале результатов ЕГЭ, которые признаются в качестве вступительных испытаний, и (или) по результатам вступительных испытаний, проводимых СФ МГПУ самостоятельно в случаях, установленных Правилами приема (за исключением приема лиц, имеющих право на прием на обучение без вступительных испытаний); на базе

начального профессионального, среднего профессионального или высшего образования – на основании оцениваемых по стобалльной шкале результатов ЕГЭ, которые признаются в качестве вступительных испытаний, и (или) по результатам вступительных испытаний, проводимых СФ МГПУ самостоятельно.

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП ВО/КОМПЕТЕНЦИИ ВЫПУСКНИКОВ, ФОРМИРУЕМЫЕ ПО НАПРАВЛЕНИЮ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА «Медиапространство и медиаиндустрия»

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	<p>УК-1.1. Анализирует задачу, выделяя этапы ее решения, действия по решению задачи</p> <p>УК-1.2. Находит, критически анализирует и выбирает информацию, необходимую для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3. Рассматривает различные варианты решения задачи, оценивает их преимущества и риски</p> <p>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</p> <p>УК-1.5. Определяет и оценивает практические последствия возможных вариантов решения задачи</p>
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	<p>УК-2.1. Формулирует совокупность взаимосвязанных задач в рамках поставленной цели работы, обеспечивающих ее достижение. Определяет ожидаемые результаты решения поставленных задач</p> <p>УК-2.2. Проектирует решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений</p> <p>УК-2.3.</p>

	и ограничений	<p>Качественно решает конкретные задачи (исследования, проекта, деятельности) за установленное время УК-2.4. 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. Понимает эффективность использования стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели, определяет свою роль в команде УК-3.2. Различает особенности поведения разных групп людей, с которыми работает/взаимодействует, учитывает их в своей деятельности УК-3.3. Способен устанавливать разные виды коммуникации (учебную, деловую, неформальную и др.) УК-3.4. Понимает результаты (последствия) личных действий и планирует последовательность шагов для достижения заданного результата УК-3.5. 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. Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами УК-4.2. Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения различных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках УК-4.3. Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках УК-4.4. Умеет коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках УК-4.5.</p>

		Демонстрирует умение выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) на государственный язык
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 возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда</p> <p>УК-6.3. 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. Критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата</p> <p>УК-6.5. Демонстрирует интерес к учебе и использует предоставляемые возможности для</p>

		приобретения новых знаний и навыков
Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение)	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Поддерживает должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности и соблюдает нормы здорового образа жизни УК-7.2. Использует основы физической культуры для осознанного выбора здоровьесберегающих технологий с учетом внутренних и внешних условий реализации конкретной профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте УК-8.2. Выявляет и устраняет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте УК-8.3. Осуществляет действия по предотвращению возникновения чрезвычайных ситуаций (природного и техногенного происхождения) на рабочем месте УК-8.4. Принимает участие в спасательных и неотложных аварийно-восстановительных мероприятиях в случае возникновения чрезвычайных ситуаций
Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность	УК-9 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. - Принимает обоснованные экономические решения. УК-9.2. – Использует знания в финансовой сфере для решения задач в различных областях жизнедеятельности
Гражданская позиция	УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1. Формирует нетерпимое отношение к коррупционному поведению УК-10.2. Понимает важность нетерпимого отношения к проявлениям коррупционного поведения

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 деятельности в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов основного общего, среднего общего образования – в части анализа содержания современных подходов к организации и функционированию системы общего образования
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. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-2.2. 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
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных	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

	продуктов	общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ОПК-4.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ОПК-4.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. 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 ОПК-5.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ОПК-5.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя	ОПК-7.1. Учитывает эффекты и последствия своей профессиональной деятельности. ОПК-7.2. Следует принципам

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

	принципам социальной ответственности	социальной ответственности.
--	--------------------------------------	-----------------------------

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)
Тип задач профессиональной деятельности: организационный				
<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта</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>ПКО-1. Способен участвовать реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>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</p> <p>ПКО-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии</p> <p>ПКО-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации</p> <p>06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия

уровень бакалавриата

			мероприятий формированию корпоративной идентичности корпоративной культуры	по и	
Тип задач профессиональной деятельности: авторский					

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) продукт, передаваемый различным каналам коммуникации</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) коммуникативный продукт, передаваемый различными каналами коммуникации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный различным целевым группам/группам общественности.</p>	<p>ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПКО-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта</p> <p>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</p> <p>ПКО-2.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации и информационным ресурсам</p> <p>06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>
			<p>ПКО-2.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
 Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
 Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
 уровень бакалавриата

Тип задач профессиональной деятельности: социально-просветительский				
<p>Продвижение социально значимых ценностей с помощью коммуникационного продукта</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-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности</p>	<p>ПК-2.1. Участвует в продвижении социально значимых ценностей с помощью средств связи с общественностью и рекламы</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции и средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам</p>
			<p>ПК-2.2. При подготовке текстов рекламы и связей с общественностью, разработке и реализации коммуникационного продукта опирается на принципы открытости и корпоративной социальной ответственности</p>	
Тип задач профессиональной деятельности: проектный				

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия

уровень бакалавриата

<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и 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 средствам 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 ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ», НАПРАВЛЕННОСТЬ
(ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА «Медиапространство и
медиаиндустрия»**

**5.1. ОПОП ВОПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ
42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ»,
НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА
«Медиапространство и медиаиндустрия»**

№ п/п	Название дисциплин	Распределение				Трудоемко сть по ФГОСВО (зачетные единицы)	Компетенции
		Экзаменов	Заче тов	Курсовы е работы	СРС		
Блок 1. Дисциплины (модули)							
Обязательная часть							
Б1.О.01	Социально-гуманитарный	23	12334	-	688	23	
Б1.О.01.01	Философия	2		-	96	4	УК-5
Б1.О.01.02	Социология		3	-	100	3	УК-3
Б1.О.01.03	Политология		3	-	100	3	УК-5
Б1.О.01.04	Экономический анализ	3			96	4	УК-1
Б1.О.01.05	Правоведение		12	-	164	5	УК-2
Б1.О.01.06	Психология		5	-	132	4	УК-6
Б1.О.02	Историко-филологический	11344	11234	-	756	31	
Б1.О.02.01	Русский язык и культура речи	1		-	96	4	УК-4
Б1.О.02.02	Иностранный язык	4	123	-	288	10	УК-4
Б1.О.02.03	История мировой литературы	34		-	192	8	УК-5
Б1.О.02.04	История России	1		-	72	5	УК-5
Б1.О.02.05	Основы российской государственности		1		44	2	УК-5
Б1.О.02.06	Коммуникационный потенциал текста		4	-	64	2	УК-4
Б1.О.03	Информационно-технологический		15	-	200	6	
Б1.О.03.01	Цифровые коммуникации		5	-	100	3	ОПК-6;
Б1.О.03.02	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях		1	-	100	3	ОПК-6; ПКО-2
Б1.О.04	Модуль, формирующий компетенции физической культуры		23	-	64	2	
Б1.О.04.01	Физическая культура и спорт		23	-	64	2	УК-7
Б1.О.05	Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности		7	-	100	3	
Б1.О.05.01	Безопасность жизнедеятельности		7	-	100	3	УК-8, УК-6
Б1.О.06	Модуль общепрофессиональной подготовки	2344677899	366788	-	1728	63	
Б1.О.06.01	Введение в коммуникационные специальности	2		-	96	4	ОПК-4;

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

							ОПК-5
Б1.О.06.02	Основы теории коммуникаций	4	3	-	196	7	ОПК-2; ОПК-5
Б1.О.06.03	Теория и практика связей с общественностью	34		4	258	10	ОПК-1; ПКО-1; ПК-4
Б1.О.06.04	Теория и практика рекламы	8	7	-	196	7	ОПК-4; ОПК-6
Б1.О.06.05	Нарратология в рекламе и связях с общественностью	9	8	-	196	7	ОПК-1; ОПК-3
Б1.О.06.06	Интегрированные коммуникации	7	6	6	196	7	ОПК-5; ОПК-6; ПКО-1
Б1.О.06.07	Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	6		3	198	7	УК-2; ОПК-5; ОПК-7
Б1.О.06.08	История и актуальные проблемы журналистики	7	6	-	196	7	ОПК-1; ОПК-2
Б1.О.06.09	Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью	9	8	-	196	7	ОПК-1
	Часть, формируемая участниками образовательных отношений				2272		76
Б1.В.01	Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.02	Корпоративная культура в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ПК-2
Б1.В.03	Современная пресс-служба в системе государственного и муниципального управления	7		126	126	5	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.04	Консалтинг в системе государственного и муниципального управления	7		126	126	5	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.05	Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления	2		162	162	6	ПКО-1; ПК-4
Б1.В.06	PR первого лица в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.07	Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления		3	100	100	3	ПКО-1
Б1.В.08	Медиакоммуникации в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ОПК-3; ПК-2
Б1.В.09	Технология создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления	9	8		160	6	ОПК-3; ПК-4
Б1.В.10	Организация и проведение коммуникационных кампаний в системе государственного и муниципального управления	8	7	8	160	6	ПКО-1; ПК-4
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	2		-	96	4	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.01	История рекламы	2		-	96	4	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.02	Скрытая реклама	2		-	96	4	ПКО-2; ПК-4

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	1			126	5	ПКО-2; ПК-1
Б1.В.ДВ.02.01	История связей с общественностью	1		-	126	5	ПКО-2
Б1.В.ДВ.02.02	Отечественный и зарубежный опыт в связях с общественностью	1		-	126	5	ПКО-2
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	9			96	4	УК-5; ОПК-3
Б1.В.ДВ.03.01	Религиоведение	9		-	96	4	УК-5; ОПК-3
Б1.В.ДВ.03.02	История мировых религий	9		-	96	4	УК-5; ОПК-3
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	8			96	4	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.01	Антикризисный PR	8		-	96	4	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.02	Конфликтология	8		-	96	4	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	6			96	4	УК-4; ОПК-1
Б1.В.ДВ.05.01	Русская орфография и пунктуация	6		-	96	4	УК-4; ОПК-1
Б1.В.ДВ.05.02	Практический курс русского языка	6		-	96	4	УК-4; ОПК-1
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	8			96	4	ОПК-6; ПК-1
Б1.В.ДВ.06.01	Компьютерный дизайн в связях с общественностью	8		-	96	4	ОПК-6
Б1.В.ДВ.06.02	Презентационные технологии в рекламе и связях с общественностью	8		-	96	4	ОПК-6
Б1.В.ДВ.07	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту		123456		328		УК-7
Б1.В.ДВ.07.01	Общая физическая подготовка		123456	-	328		УК-7
Б1.В.ДВ.07.02	Спортивные игры		123456	-	328		УК-7
Блок 2.Практика							
Обязательная часть							
Б2.О.01(П)	Производственная практика: профессионально-творческая практика		4, 6(30)		540	15	УК-1; УК-3; ОПК-1; ОПК-6; ОПК-7
Б2.О.02(Пд)	Производственная практика: Преддипломная практика		9 (30)		324	9	УК-1; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-2;
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б2.В.01(У)	Учебная практика: профессионально-		2		216	6	УК-1; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

	ознакомительная практика							3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-1	
Блок 3. Государственная итоговая аттестация									
Б3.01(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена					-	54	1.5	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-6, ПКО-1, ПКО-2, ПК-2, ПК-4
Б3.02(Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы					-	162	4.5	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-6, ПКО-1, ПКО-2, ПК-2, ПК-4
Итого								240	
ФТД. Факультативные дисциплины									
ФТД.01	Подготовка и исполнение публичного выступления						64	2	ОПК-1
ФТД.02	Коммуникационный потенциал текста						64	2	ОПК-1

5.2. Типы практик

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

Типы учебной практики:

- 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

Учебный план является основным документом, регламентирующим учебный процесс на срок обучения 4 года для очной формы обучения и 4 года 6 месяцев для заочной и очно-заочной форм обучения. В нем указывается перечень дисциплин (модулей); практик, аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, факультативов с указанием их объема в ЗЕТ, последовательности и распределения по периодам обучения.

Общая трудоемкость дисциплин (модулей), практик составляет 240 зачетных единиц (одна зачетная единица соответствует 36 академическим часам учебной работы студента).

В ОПОП ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) программы бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия» представлен 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 используется модульная структура.

При разработке учебного плана выполнены требования:

- зачетная единица эквивалентна 36 академическим часам;
- максимальный объем учебных занятий обучающихся составляет не более 54 академических часов в неделю, включая все виды аудиторной и внеаудиторной учебной работы по освоению ОП;
- максимальный объем аудиторных учебных занятий в неделю составляет не менее 18 и не более 24 академических часов;
- занятия лекционного типа составляют не более 30% аудиторных занятий (в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки);
- трудоемкость учебных дисциплин: без экзамена – 3 и менее з.е., от 3 з.е. и более – экзамен;
- количество экзаменов в год – не более 10, зачетов – не более 14. Учебный план состоит из следующих блоков:

Блок 1 «Дисциплины (модули)», который включает дисциплины (модули), относящиеся к основной части программы, и дисциплины (модули), относящиеся к ее вариативной части. Блок 2 «Практики», включающий обязательную часть и часть, формируемую участниками образовательных отношений. Блок 3 «Государственная итоговая аттестация», который в полном объеме относится к базовой части программы и завершается присвоением квалификации, указанной в перечне специальностей и направлений подготовки высшего образования, утвержденном Министерством образования и науки Российской Федерации.

В обязательной части Блока 1 учебного плана указывается перечень основных дисциплин в соответствии с требованиями ФГОС ВО в объеме 204 з.е. В части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 учебного плана, сформирован перечень и последовательность дисциплин (модулей) с учётом особенностей данной ОП, который включает обязательные дисциплины и дисциплины по выбору. На эту часть Блока 1 учебного плана отведено 57 з.е.

На практики (Блок 2) отведено 30 з.е. в обязательной части, что соответствует требованиям ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

На государственную итоговую аттестацию отведено 6 з.е.

Предлагаются факультативы, трудоёмкостью 4з.е.

Учебный план

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD
74	Общая физическая подготовка		123456						328	328		328											108				108	
75	Спортивные игры		123456						328	328		328											108				108	
76							48	48	2056	2056	162	1724	180	74									108				108	
78							195	195	7248	7248	696	6880	972	306	25	900	26			62	660	144	24	972	20	70	774	108
80																												
81																												
82	Учебная практика: практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности		24				6	6	36	216	216		216										3	108			108	
83	Производственная практика: практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности		5	9			21	21	36	756	756		756															
84	Производственная практика: научно-исследовательская работа			9			3	3	36	108	108		108															
85	Преддипломная практика			9			6	6	36	216	216		216															
87							36	36		1296	1296		1296										3	108			108	
90							36	36		1296	1296		1296										3	108			108	
92	Итоговая аттестация																											
93																												
94	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена						1.5	1.5	36	54	54		54															
95	защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты						7.5	7.5	36	270	270		270															
96							9	9		324	324		324															
98							9	9		324	324		324															
100																												
101																												
102	Подготовка и исполнение публичного выступления						2	2	36	72	72		36															
103	Коммуникационный потенциал текста						2	2	36	72	72		36															
105							4	4		144	144		72															
108							4	4		144	144		72															
110																												

Учебный график

График учебного процесса устанавливает последовательность и продолжительность теоретического обучения, экзаменационных сессий, практик, государственной итоговой аттестации и каникул обучающихся.

Календарный учебный график																																																													
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	К																*												Э	Э	У	У	К	К	К	К	К	К	К	К
II									*									*	*	Э	Э	К					У	У	У	У																Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К				
III							п	п	п	п	*							*	*	Э	Э	К																				*								Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
IV									*									*	*	Э	Э	К																												Э	Э	К	К	К	К	К	К	К	К	К	К
V	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п	п								
Сводные данные																																																													
			Курс 1				Курс 2				Курс 3				Курс 4				Курс 5				Итого																																						
			сем. 1	сем. 2	Всего		сем. 3	сем. 4	Всего		сем. 5	сем. 6	Всего		сем. 7	сем. 8	Всего		сем. 9	сем. А	Всего																																								
64	Теоретическое обучение		14	18	32		18	14	33		14	17	32		18	17	35						133																																						
69	Э Экзаменационные сессии		2	4/6	2		2	2	4/6		2	2	4		2	4/6	4						18																																						
70	У Учебная практика				2				2														4																																						
72	П Производственная практика										4		4										12																																						
73	Пд Преддипломная практика																						4																																						
74	Д Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты																						5																																						
75	Г Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена																						1																																						
76	К Каникулы		1	6	7		1	9	10		1	9	10		1	9	10		6	2/6	1		43																																						
77	* 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		4/6	4/6	4/6																																								
78	Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)				не менее 12 нед и не более 39 нед		более 39 нед		более 39 нед		более 39 нед		более 39 нед		более 39 нед		более 39 нед				не менее 12 нед и не более 39 нед																																								
79	Итого		19	29	48		23	29	52		23	29	52		23	29	52		30		30		234																																						

**5.4. Аннотации рабочих программ дисциплин и практик направления 42.03.01
«Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) программы
бакалавриата «Медиапространство и медиаиндустрия»**

Обязательная часть

Изучение фундаментальных социогуманитарных 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.

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.

Цель модуля

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

универсальными:

- УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;
- 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-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;
- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

Образовательные технологии

В образовательном процессе применяются современное традиционное обучение (лекционно-семинарская-зачетная система), активные методы обучения, методы проблемного и проектного обучения, лично-ориентированные технологии, технологии индивидуализации обучения. Задания для самостоятельной работы предусматривают решение учебных кейсов, ситуационных задач.

Структура модуля

№ п/п	Название дисциплин	Распределение				Трудоемкость по ФГОСВО (зачетные единицы)	Компетенции
		Экзаменов	Зачето в	Курсовые работы	СРС		
Блок 1. Дисциплины (модули)							
Обязательная часть							
Б1.О.01	Социально-гуманитарный	23	12334	-	688	23	

Б1.О.01.01	Философия	2		-	96	4	УК-5
Б1.О.01.02	Социология		3	-	100	3	УК-3
Б1.О.01.03	Политология		3	-	100	3	УК-5
Б1.О.01.04	Экономический анализ	3			96	4	УК-1
Б1.О.01.05	Правоведение		12	-	164	5	УК-2
Б1.О.01.06	Психология		5	-	132	4	УК-6

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01.01 «Философия»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: развитие у обучающихся интереса к фундаментальным знаниям, стимулирование потребности к философским оценкам культурных событий и фактов действительности. Формирование представления о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира, основных разделах современного философского знания, философских проблемах и методах их исследования; овладение базовыми принципами и приемами философского познания; введение в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности. Курс представляет введение в философию, дает представление об особенностях философского знания, о его роли в развитии и функционировании культуры, о его значении для личностного развития человека.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Философия» относится к обязательной части дисциплин ОПОП ВО (Б1.О.01.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

-- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (УК-5);

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные направления, проблемы, теории и методы философии;
- содержание современных философских дискуссий по проблемам общественного развития.

уметь:

- формировать и аргументированно отстаивать собственную позицию по различным проблемам философии;
- использовать положения и категории философии для оценивания и анализа различных социальных тенденций, фактов и явлений.

владеть:

- навыками восприятия и анализа текстов, имеющих философское содержание;
- приемами ведения дискуссии и полемики;
- навыками публичной речи и письменного аргументированного изложения собственной точки зрения.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Философия, ее предмет и место в культуре
 Исторические типы философии.

Философские традиции и современные дискуссии.
Философская онтология.
Теория познания.
Философия и методология науки.
Социальная философия и философия истории.
Философская антропология.
Философские проблемы области профессиональной деятельности.

6. Составитель: Ивунина Е.Е., к.ф.н., доцент кафедры истории, международного права и зарубежного регионоведения, СФ ГАОУ ВО МГПУ.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01.02 «Социология»

1. 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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Социология» относится к обязательной части дисциплин ОПОП ВО (Б1.О.01.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3)

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

– основные этапы развития социологической мысли и современные направления социологической теории;

– основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений;

– понятия личности, социализации, социального контроля, социального института, социальной мобильности, социальной структуры, социальной стратификации и ряда других социологических категорий;

– культурно-исторические типы социального неравенства и стратификации; типы и формы социальной мобильности;

уметь: связывать социологические знания с общественной практикой;

владеть: навыками социологического анализа, описания и сравнения социальных явлений, анализа социальных и культурных тенденций, тенденций в сфере науки и т.п.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Социология как наука.

Становление и развитие социологической науки.

Методология, методика и техника социологического исследования.

Общество как целостная система.

Социальные общности.

Социальная структура общества, социальная стратификация.

Социальные институты и организации.

Личность как субъект и объект социального развития.

Культура в общественной системе.

Социальные изменения в обществе

6. Составитель: д.и.н, профессор кафедры истории международного права и зарубежного регионоведения Е.П. Барина, СФ ГАОУ ВО МГПУ.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.01.03 «Политология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование у обучающихся комплексного представления о закономерностях развития политической сферы общества, современных политических институтах, их устройстве и функционировании; происходящих политических событий и участвующих в них субъектах.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

«Политология» является дисциплиной обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.01.03).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
- способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах (УК-5).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- предмет политологии и роль политологического знания в осмыслении и регулировании сложнейшего комплекса политических, социально-экономических и духовно-нравственных проблем современного общества;

- основные отрасли политологического знания (политической философии, политической психологии и политической социологии);

- этапы развития политической мысли, важнейшие школы, идеи, выдающихся мыслителей;

- фундаментальные понятия и категории политологии;

- институты и феномены гражданского общества и политической сферы, основные уровни политики (локальный, региональный, национальный, международный);

- основные методы осуществления политической власти, их сущность и содержание (демократия, тоталитаризм, авторитаризм);

- виды политических институтов (государство, политические партии, общественные организации и т. д.), их место и роль в политической системе.

уметь:

- выявлять преемственность политических идей;

- анализировать политические концепции и платформы в контексте места и времени их создания;

- классифицировать политические концепции и партийные политические платформы;

- применять категории политологии в ходе анализа политических систем конкретных государств, прежде всего, современной России;

- разбираться в типологии политических систем, государств, политической культуры, политических процессов, оснований легитимности политической власти, политических партий, партийных систем, политических лидеров;

- определять степень актуальности различных политических концепций и платформ для современной России.

владеть:

- навыками оценивать элементы политической системы общества и политического процесса с учетом исторических особенностей того или иного общества и периода его развития;

- пониманием своеобразия политического развития России, особенностями российского государства, спецификой взаимодействия общества и власти, чертами российской политической культуры и идеологии.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Введение в политологию.

История развития политической науки.

Политическая система общества и ее институты.

Политические процессы и политическая деятельность.

Мировая политика и международные отношения.

Прикладная политология.

6. Составитель: к. ф. н., доцент кафедры истории, международного права и зарубежного регионоведения Е. Е. Ивунина.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.О.01.04 «Экономический анализ»**

1. 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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

дисциплина «Экономический анализ» относится к обязательной части ОПОП ВО.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач (УК-1);

По завершении освоения дисциплины *обучающийся* должен

Знать:

- основные положения и методы экономической науки;
- основные особенности ведущих школ и направлений экономической науки;
- потребности и ресурсы общества;
- формы и типы общественного хозяйства;
- структуру и инфраструктуру рынка;
- механизм функционирования рынка;
- теории потребительского поведения; типы рынка с различной конкурентной средой;
- сущность предприятия как основного хозяйствующего субъекта;
- теории фирмы, методах оптимизации ее деятельности на различных типах рынков; рынка
- факторы производства (труд, капитал, природных ресурсов) и особенностях их функционирования; внешних эффектах и общественных благах;
- основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства.

Уметь:

- использовать экономические знания для осознания социальной значимости своей будущей профессии и эффективного осуществления профессиональной педагогической деятельности;
- структурировать изучаемый материал и методически оформлять его;

– 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.

Владеть:

– основными методами и положениями экономической науки для решения профессиональных задач.

– на основе стандартных теоретических моделей прогнозировать поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений и составлять информационные обзоры и/или аналитические отчеты.

5. Основные разделы дисциплины:

Экономика и ее роль в обществе. Предмет и методология экономики как науки. Собственность. Типы организации хозяйства. Деньги и денежное обращение. Рынок и законы его функционирования. Виды взаимодействия субъектов рынка: конкуренция и монополия; Предпринимательство и воспроизводство индивидуального капитала. Заработная плата. Прибыль. Доходы от собственности. Экономика публичного сектора. Национальное хозяйство, его показатели и понятие экономического роста. Государство и рыночный механизм в макроэкономическом регулировании. Рыночные преобразования в России: теория и практика. Проблемы противодействия теневой экономике и криминализации экономических отношений.

Общая трудоемкость компонента ОПОП ВО

Общая трудоемкость – 144 часа (4 зачетных единицы), экзамен

Составитель: к. соц. н., доцент кафедры экономики, управления и социологии Е.В. Бажина

**Аннотация дисциплины
Б1.О.01.05. «Правоведение»**

1.Цели и задачи дисциплины:

Сформировать компетенции в области социально-правового регулирования поведения людей в современном обществе

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина относится к дисциплинам Блока 1 (Б1.О.01.05). Она основывается на таких дисциплинах как История, Философия, Культурология, Политология и способствует успешному усвоению дисциплин Конфликтология, Социология.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование и развитие компетенций:
– 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).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основной понятийный аппарат и ключевые положения общей теории права;
- основы российской правовой системы и законодательства, организации судебных и иных правоприменительных и правоохранительных органов;
- правовые и нравственно-эстетические нормы в сфере профессиональной деятельности;
- права и свободы человека и гражданина, уметь их реализовывать в различных сферах жизнедеятельности;
- основные нормативно-правовые документы.

Уметь:

- использовать и составлять нормативные и правовые документы, относящиеся к будущей профессиональной деятельности;
- предпринимать необходимые меры к восстановлению нарушенных прав;

Владеть:

- навыками применения законов и иных нормативных правовых актов;
- навыками анализа юридических фактов и обстоятельств;
- навыками составления юридических документов;
- навыками работы с юридической литературой;
- навыками анализа правоприменительной и правоохранительной практики;
- навыками применения различных нормативных актов и источников;

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Теория государства и права

Конституционное право

Административное право

Налоговое право

Гражданское право

Наследственное право

Семейное право

Трудовое право РФ

Информационное право

Экологическое право

6. Составитель: Тимошевский А.М., старший преподаватель.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.01.06 «Психология»**

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель: формирование фундаментального психологического знания.

Задачи курса:

1. Ввести будущего специалиста в мир психологического знания и социальной практики.
2. Помочь сориентироваться в личном и профессиональном саморазвитии.
3. Закрепить умения и навыки самостоятельной работы с учебной и научно-исследовательской литературой.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Психология» относится к обязательной части дисциплины ОПОП ВО (Б1.О.01.06).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- становление предмета психологической науки;
- место психологии в системе наук;
- роль психологии в современном обществе;
- задачи, методы и отрасли современной психологии;

- этапы развитие психики;
- основные психические процессы;
- определения: «индивид», «личность», «индивидуальность», «сознание и бессознательное»;
- темперамент и характер, их место в структуре индивидуальных свойств личности.
- природу человеческих способностей.

Уметь:

- использовать знания, полученные при изучении дисциплины на практике;
- использовать тезаурус психологической науки.

Владеть:

- основными понятиями дисциплины;
- приемами работы со специальной литературой, информационной поисковой работы и приемами критического анализа научной информации.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Раздел 1. История психологии.

Раздел 2. Общая психология.

Раздел 3. Психология личности.

Раздел 4. Социальная психология.

6. Составитель: Липина Н.В., к.пс.н., доцент кафедры педагогической и прикладной психологии, СФ ГАОУ ВО МГПУ

Модуль Б1.О.02 Историко-филологический

Характеристика модуля:

Историко-филологический модуль направлен на формирование навыков грамотной письменной и устной речи у будущих профессионалов на родном и иностранном языках на современном медийном материале.

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.

В рамках дисциплин данного модуля необходимо дать общее представление о месте литературы и искусства в целостной системе мировой культуры, углубить и систематизировать имеющиеся знания по отечественной истории, показать на примерах из различных эпох органическую взаимосвязь российской и мировой истории.

Цель модуля

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

Б1.О.02	Историко-филологический	11344	11234	-	756	31	
Б1.О.02.01	Русский язык и культура речи	1		-	96	4	УК-4

Б1.О.02.02	Иностранный язык	4	123	-	288	10	УК-4
Б1.О.02.03	История мировой литературы	34		-	192	8	УК-5
Б1.О.02.04	История России	1		-	72	5	УК-5
Б1.О.02.05	Основы российской государственности		1		44	2	УК-5
Б1.О.02.06	Коммуникационный потенциал текста		4	-	64	2	УК-4

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ **Б1.О.02.01 Русский язык и культура речи**

1. Цели и задачи освоения дисциплины: развитие языковой и коммуникативной компетенции обучающихся и формирование у них готовности к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности.

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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Русский язык и культура речи» относится к обязательной части (Б1.О.02.01) ОПОП ВО.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **универсальных компетенций (УК):**

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

нормы произношения и ударения;
 особенности грамматического и синтаксического строя языка;
 жанровые особенности текстов в связях с общественностью и рекламе, в разных сферах общественной жизни;

Уметь:

строить тексты разных типов и стилей речи;
 применять на практике полученные знания по русскому языку и культуре речи.

Владеть:

литературным языком;
 понятийно-категориальным аппаратом по дисциплине.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Культура речи.
 Деловое общение.
 Русский язык.

6. Составитель: Михайлова Е. С., к. фил. н., ст. преп. кафедры методики преподавания иностранных языков, СФ ГАОУ ВО МГПУ.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Б1.О.02.02 Иностранный язык

1. Цели и задачи дисциплины:

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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Курс входит как обязательная дисциплина в ОПОП ВО.

Целостная система подготовки по иностранному языку на разных этапах обучения предполагает, с одной стороны, автономный характер обучения на каждом этапе, с другой – взаимосвязь всех этапов обучения, при которой достижение целей каждого этапа позволяет пользоваться в той или иной форме иностранным языком и обеспечивает возможность продолжения обучения на следующем этапе.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

- способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) (УК-4);

По окончании курса обучающийся должен:

Знать: фонетические, лексические, грамматические особенности изучаемого иностранного языка

Уметь: читать, переводить, общаться на бытовую тематику

Владеть: системой основных фонетических, лексических, грамматических, словообразовательных явлений и закономерностей функционирования изучаемого иностранного языка, его функциональных разновидностей.

4. Общая трудоемкость дисциплины – 360 часа (10 зачетных единиц), зачет, экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Фонетика иностранного языка: Произношение. Техника чтения. Орфоэпические нормы.

2. Лексика: лексический минимум по темам бытового и культурологического характера, а также связанной с профессиональной деятельностью

3. Грамматика:

Морфология: Структура слова, словообразование, грамматические формы частей речи. Их склонение и спряжение.

Синтаксис: Структурные типы предложения: вопросительное (с вопросительным словом/без вопросительного слова), повествовательное (утвердительное, отрицательное), побудительное; простое, сложносочиненное, сложноподчиненное предложение.

Текст: Особенности текстовой организации. Стратегии переводов текстов.

Разные стилевые особенности текстов.

Основы деловой переписки. Письма. Анкеты.

Чтение литературы по специальности. Виды чтения литературы по специальности.

Говорение. Публичная монологическая и диалогическая речь.

Аннотирование, реферирование. Перевод литературы по специальности. Виды аннотирования, реферирования. Письменный перевод с иностранного языка литературы по специальности.

6. Составитель: Никишкова М.С., к.филол.н., старший преподаватель кафедры методики преподавания иностранных языков СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.02.03 «История мировой литературы»

1. 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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История мировой литературы» относится к обязательной части **ОПОП ВО: (Б1.О.02.03)**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные этапы в истории русской и зарубежной литературы, направления, выдающихся писателей;

- основные литературоведческие категории;

уметь:

- самостоятельно анализировать работы по истории русской и зарубежной литературы;

- логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;

- использовать классическое литературное наследие при установлении и развитии межличностных и деловых отношений;

владеть:

- основами речи, знанием ее видов, законов композиции и стиля;

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 288 часов (8 зачетных единицы).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Античная литература.
2. Европейская литература Средних веков и Возрождения.
3. Мировая литература XVII-XVIII вв.
4. Мировая литература XIXв.
5. Мировая литература XXвека.

6. Составитель: Анисимова А.Н., к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.02.04 «История России»

1. 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.

Задачи дисциплины:

- усвоение обучающимися системы знаний об основных событиях многовековой истории России в их причинно-следственной связи, месте отечественной истории в мировом

историческом процессе, а также о теоретической проблематике данного курса;

- раскрытие культурных, ценностных основ Российского государства;
- воспитание у обучающихся чувства уважения к истории Отечества как важнейшего элемента национальной идентичности,
- выработка обучающимися умения формулировать и аргументированно отстаивать личную точку зрения;
- формирование навыков самостоятельной работы с историческим источником, научно-исследовательской, учебной и справочной литературой.

2. Место дисциплины в ОПОП ВО.

Программа дисциплины «История России» является обязательной дисциплиной в ОПОП ВО (Б1.О.02.04). Программа курса опирается на знание наук исторического цикла, философского цикла. Изучение данного предмета играет определяющую роль в формировании мировоззрения.

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- закономерности, основные события и особенности истории России с древнейших времен до наших дней в контексте европейской и всемирной истории;
- историю становления и развития государственности;
- общие культурно-ценностные ориентиры и историко-культурное наследие России; основные политические и социально-экономические направления и механизмы, характерные для исторического развития и современного положения Российской Федерации;
- современные версии и трактовки важнейших проблем отечественной и всемирной истории; особенности исторического пути России, ее роль в мировом сообществе.

уметь:

– анализировать основные политические и социально-экономические направления и механизмы, характерные для исторического развития и современного положения Российской Федерации;

- использовать гуманитарные и социально-экономические знания для решения практических задач;
- анализировать основные политические и социально-экономические направления и механизмы, характерные для исторического развития и современного положения Российской Федерации;
- вести научную дискуссию;
- устанавливать причинно-следственные связи между явлениями, пространственные и временные рамки изучаемых исторических процессов и явлений;
- представлять результаты изучения исторического материала в форме конспекта, реферата, рецензии; использовать возможности учебной и внеучебной деятельности для духовно-нравственного развития обучающихся.

владеть:

– навыками определения собственной позиции по отношению к явлениям современной жизни, исходя из их исторической обусловленности; осознания себя как представителя исторически сложившегося гражданского, этнокультурного, конфессионального сообщества, гражданина России;

- навыками эффективного поиска информации и критики источников;

- навыками межличностной и межкультурной коммуникации, основанными на уважении к историческому наследию и культурным традициям;
- навыками определения собственной позиции по отношению к явлениям современной жизни, исходя из их исторической обусловленности;
- осознания себя как представителя исторически сложившегося гражданского, этнокультурного, конфессионального сообщества, гражданина России;
- способностью использовать исторические знания в учебной и внеучебной деятельности для формирования духовно-нравственной позиции личности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

История России в древности и Средневековье (V – XVII века). Россия в Новое время (XVIII – XIX века). Новейшая история России.

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ к.и.н, доцент кафедры истории международного права и зарубежного регионоведения А.П. Артюков

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.02.05 «Основы российской государственности»

1. Цели и задачи освоения дисциплины(модуля)

Цель курса

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

Указанная цель достигается путем решения следующих задач:

- представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;
- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;
- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;
- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;
- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;
- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;
- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество,

любовь и доверие, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Учебная дисциплина «Основы российской государственности» относится к мировоззренческому модулю ОПОП ВО (Б1.О.02.05) и способствует усвоению обучающимися знаний, представлений, научных концепций, а также исторических, культурологических, социологических и иных данных, связанных с проблематикой развития российской цивилизации и её государственности в исторической ретроспективе и в условиях актуальных вызовов политической, экономической, техногенной и иной природы.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

По завершении освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представлять их в актуальной и значимой перспективе;

- особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;

- фундаментальные ценностные принципы российской цивилизации (такие как единство многообразия, сила и ответственность, согласие и сотрудничество, любовь и доверие, созидание и развитие), а также перспективные ценностные ориентиры российского цивилизационного развития;

уметь:

- адекватно воспринимать актуальные социальные и культурные различий, уважительно и бережно относиться к историческому наследию и культурным традициям;

- находить и использовать необходимую для саморазвития и взаимодействия с другими людьми информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп;

- проявлять в своём поведении уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира;

владеть:

- навыками осознанного выбора ценностных ориентиров и гражданской позиции;

- навыками аргументированного обсуждения и решения проблем мировоззренческого, общественного и личностного характера;

- развитым чувством гражданственности и патриотизма, навыками самостоятельного критического мышления.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Что такое Россия.

Российское государство-цивилизация.

Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации.

Политическое устройство России.

Вызовы будущего и развитие страны.

6. Разработчик: А.П. Артюков, доцент кафедры истории, международного права и зарубежного регионоведения

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.О.02.06 Коммуникационный потенциал текста**

1. 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.

Задачи:

- знакомство с основными языковыми особенностями текстов различных стилей;
- формирование умения грамотно подбирать к каждому тексту стилистические уместные лексические единицы и синтаксические конструкции;
- овладение навыками правки текста с позиций точности, грамотности, простоты восприятия, усиления выразительности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.02.06).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать:

- теоретические основы стилистики и литературного редактирования;
- специфику текста как языковой единицы и как объекта литературного редактирования;
- основные приемы и принципы редакторской правки текста.

уметь:

- строить и редактировать тексты разных функциональных стилей.

владеть:

- навыками составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка;
- навыками использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов;
- навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста;
- принципами редактирования текстов разных жанров с учетом принятой системы специальных редакторских терминов и знаков.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Функциональные стили современного русского языка.

Особенности устной публичной речи; язык и стиль массовой коммуникации.

Стилистические ресурсы лексики и фразеологии, морфологии и синтаксиса.

Лексическая стилистика. Работа редактора над лексикой рукописи.

Грамматическая стилистика. Редакторская оценка использования форм частей речи.

Грамматическая стилистика. Работа редактора над синтаксическими конструкциями.

Критерии редакторской оценки стилевой и эстетической сторон рукописи.

Методика редакторского анализа и правки текста.

Тропы и стилистические фигуры.

6. Составитель: Сеницкая А.В., к.фил.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

Б1. О.03 Информационно-технологический модуль

Характеристика модуля:

Цель модуля – 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 рекламе связях с общественностью и массовой коммуникации.

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

Структура модуля

Б1.О.03	Информационно-технологический		15	-	200	6	
Б1.О.03.01	Цифровые коммуникации		5	-	100	3	ОПК-6;
Б1.О.03.02	Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях		1	-	100	3	ОПК-6; ПКО-2

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.О.03.01 «Цифровые коммуникации»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование и овладение новыми знаниями, а также расширение теоретической базы по курсу, в котором представлены основные вопросы науки информатики и компьютерных технологий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «**Цифровые коммуникации**» относится к обязательной части дисциплин ОПОП ВО (Б1.О.03.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5);

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные понятия науки информатики;
- основные понятия компьютерных технологий;

уметь:

- использовать возможности вычислительной техники и программного обеспечения в профессиональной деятельности;
- использовать ресурсы Интернет

владеть:

- навыками работы в компьютерной сети.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Информатика как наука.

Теоретические основы информатики и информационных технологий. Персональный компьютер (ПК). Программное обеспечение ПК.

Глобальная сеть Интернет.

Компьютерные технологии и их основные составляющие.

Прикладные аспекты использования ПК в области PR.

6. Составитель

СФ ГАОУ ВО МГПУ, старший преподаватель кафедры высшей математики и информатики Ключникова О.В.

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.О.03.02 «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»

1. Цели и задачи освоения 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.

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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» относится к обязательной части дисциплин ОПОП ВО (Б1.О.03.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);

-способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПКО-2).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- современные российские и зарубежные базы данных;

уметь:

- систематизировать информацию для использования в профессиональной деятельности;

-использовать возможности вычислительной техники и программного обеспечения в профессиональной деятельности;

-использовать ресурсы Интернет;

владеть:

- методами 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;

-навыками работы в компьютерной сети.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Информатика как наука.

Теоретические основы информатики и информационных технологий. Персональный компьютер (ПК). Программное обеспечение ПК.

Глобальная сеть Интернет.

Компьютерные технологии и их основные составляющие.

Прикладные аспекты использования ПК в области PR.

6. Составитель

СФ ГАОУ ВО МГПУ, старший преподаватель кафедры высшей математики и информатики Ключникова О.В.

Б1.О.04 Модуль, формирующий компетенции физической культуры

Характеристика модуля

Модуль включает дисциплину «Физическая культура и спорт».

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.

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Структура модуля

Б1.О.04	Модуль, формирующий компетенции физической культуры		23	-	64	2	
Б1.О.04.01	Физическая культура и спорт		23	-	64	2	УК-7

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.04.01 «Физическая культура и спорт»

1. Цели и задачи дисциплины

Цель освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» - 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.

Крепкое здоровье, закалка и всесторонняя физическая подготовленность способствуют повышению производительности труда, предупреждают заболевания, повышают творческую активность человека, физически развитые и закаленные люди успешнее справляются со своей профессиональной работой в любых условиях, быстрее овладевают новыми производственными умениями и навыками.

Занятия гимнастикой, спортом, играми, разнообразными физическими упражнениями формируют двигательные умения и навыки, развивают силу, ловкость, быстроту и выносливость, укрепляют волю человека и тем самым содействуют его успешной трудовой деятельности.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости физической культуры и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- знание научно-биологических, педагогических и практических основ физической культуры и здорового образа жизни;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- 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;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Физическая культура» является дисциплиной обязательной части ОПОП ВО.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

В процессе освоения дисциплины обучающийся должен овладеть следующими общекультурными компетенциями:

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Для освоения дисциплины физическая культура обучающийся должен:

знать:

- 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;

- влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний, вредных привычек и увеличение продолжительности жизни;
- способы контроля и оценки индивидуального физического развития и физической подготовленности;
- правила и способы планирования системы индивидуальных занятий физическими упражнениями различной направленности;

уметь:

- использовать полученные знания для личностного и профессионального роста, поддержания здорового образа жизни при выполнении учебной, профессиональной и социальной деятельности;
- выполнять индивидуально подобранные комплексы по общей физической подготовке для повышения работоспособности, сохранения и укрепления здоровья;

владеть:

- навыками применения жизненно-важных двигательных умений в профессиональной деятельности и повседневной жизни;
- 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;
- опытом организации и проведения индивидуального, коллективного и семейного отдыха, участия в массовых – спортивных соревнованиях.

4.Общая трудоемкость дисциплины: 2 зачетные единицы (72 часа)

6. Составитель: Росляков В.И., старший преподаватель кафедры педагогики, СФ ГАОУ ВО МГПУ

Б1.О.05 Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности

Модуль включает дисциплину «Безопасность жизнедеятельности».

Основное назначение модуля связано с формированием представления о неразрывном единстве эффективной профессиональной деятельности и безопасности взаимодействия человека со средой обитания (производственной, бытовой, городской, природной).

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

Структура модуля

Б1.О.05	Модуль, формирующий основы безопасности жизнедеятельности		7	-	100	3	
Б1.О.05.01	Безопасность жизнедеятельности		7	-	100	3	УК-8, УК-6

Аннотация рабочей программы дисциплины

Б1.О.05.01 «Безопасность жизнедеятельности»

1. 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;

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.05.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретические основы безопасности жизнедеятельности в системе «Человек – Среда обитания»;
- правовые, нормативно-технические и организационные основы безопасности жизнедеятельности;
- основы физиологии и рациональные условия трудовой деятельности;
- анатомо-физиологические последствия воздействий на организм человека травмирующих и вредных факторов; идентификацию травмирующих, вредных и поражающих факторов чрезвычайных ситуаций;
- средства и методы повышения безопасности и экологичности технических систем и технологических процессов; методы исследования устойчивости функционирования объектов экономики и технических систем в чрезвычайных ситуациях;
- методы прогнозирования чрезвычайных ситуаций и разработки моделей их исследования.

уметь:

- проводить контроль и оценку параметров и уровня негативных воздействий на их соответствие нормативным требованиям;
- эффективно применять средства защиты от негативных воздействий; разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности;
- планировать и осуществлять мероприятия по повышению устойчивости объектов экономики и технических систем;
- осуществлять безопасную и экологичную эксплуатацию объектов экономики и технических систем;
- планировать мероприятия по защите производственного персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций.

владеть:

- приемами применения первичными средствами пожаротушения;
- навыками поведения в различных чрезвычайных ситуациях.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Гражданская защита в стратегии национальной безопасности РФ. Чрезвычайные ситуации природного и техногенного характера. Радиационная безопасность населения.

Химическая безопасность населения.

Военная безопасность населения (современные средства поражения). Пожаро-, взрыво-безопасность.

Компьютерная безопасность.

Основные способы и средства защиты населения в чрезвычайных ситуациях. Управление безопасностью жизнедеятельности на объектах экономики.

6. Составитель: Тимошевский А.М., ст. преподаватель кафедры теории и истории государства и права СФ ГАОУ ВО МГПУ.

Б1.О.04 Модуль общепрофессиональной подготовки

Изучение дисциплин данного модуля направлено на освоение следующих компетенций:

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;

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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

Структура модуля

Б1.О.06	Модуль общепрофессиональной подготовки	2344677899	366788	-	1728	63	
Б1.О.06.01	Введение в коммуникационные специальности	2		-	96	4	ОПК-4; ОПК-5
Б1.О.06.02	Основы теории коммуникаций	4	3	-	196	7	ОПК-2; ОПК-5
Б1.О.06.03	Теория и практика связей с общественностью	34		4	258	10	ОПК-1; ПКО-1; ПК-4

Б1.О.06.04	Теория и практика рекламы	8	7	-	196	7	ОПК-4; ОПК-6
Б1.О.06.05	Нарратология в рекламе и связях с общественностью	9	8	-	196	7	ОПК-1; ОПК-3
Б1.О.06.06	Интегрированные коммуникации	7	6	6	196	7	ОПК-5; ОПК-6; ПКО-1
Б1.О.06.07	Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы	6		3	198	7	УК-2; ОПК-5; ОПК-7
Б1.О.06.08	История и актуальные проблемы журналистики	7	6	-	196	7	ОПК-1; ОПК-2
Б1.О.06.09	Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью	9	8	-	196	7	ОПК-1

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
«Введение в коммуникационные специальности»
Б1.О.06.01

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель – формирование у обучающихся первоначальных представлений о специфике рекламы и связей с общественностью как вида профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- формирование у студентов начальных знаний и базовых представлений, которые помогли бы им на протяжении всего курса обучения ориентироваться в области профессиональной деятельности «реклама и связи с общественностью»;
- развитие интереса к будущей профессии;
- получение системного представления об истории рекламы и PR, основных персоналиях, организациях, кампаниях, сыгравших выдающуюся роль в становлении этой области профессиональной деятельности;
- получение системного представления о современном состоянии отрасли «Реклама и связи с общественностью»: основных специальностях, технологиях, организационной структуре, направлениях и объёмах деятельности, роли новых медиа в современной практике PR и рекламы;
- формирование базовых представлений об этике профессиональной деятельности в данной отрасли.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «**Введение в коммуникационные специальности**» входит в обязательную часть **ОПОП ВО** (Б1.О.06.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

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.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен **знать:**

- основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;
- основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

уметь:

- использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности;
- использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;

владеть:

- навыками использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности,
- навыками использовать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;
- навыками осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Связи с общественностью: понятие, функции, место в современном обществе.

История развития связей с общественностью.

Связи с общественностью как профессиональная деятельность.

Основные этапы деятельности по связям с общественностью.

Управление информацией в процессе PR-коммуникаций.

Основные инструменты специалиста по связям с общественностью.

Организация работы служб по связям с общественностью.

Связи с общественностью в государственной сфере.

Связи с общественностью в политической сфере.

Связи с общественностью в экономической сфере.

6. Составитель: к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций

А.Н. Анисимова

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.06.02 «Основы теории коммуникаций»

1. Цель освоения дисциплины: изучение основных понятий теории коммуникации

Задачи:

- формирование представлений о видах и уровнях коммуникации, навыков анализа коммуникативных ситуаций;
- формирование коммуникативной культуры, в том числе навыков эффективного владения невербальными средствами общения;
- формирование потребности в повышении общей гуманитарной культуры.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Основы теории коммуникаций» является дисциплиной обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.06.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах (ОПК-2).
- 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 уметь проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

По завершении освоения дисциплины *обучающийся* должен:

знать:

- основные понятия коммуникации, ее виды, уровни и сферы;

уметь:

- применять полученные знания в различных коммуникативных ситуациях;
- устанавливать контакт с собеседником;
- преодолевать барьеры коммуникации;

владеть:

- коммуникативной культурой;
- невербальными средствами общения.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Теория коммуникации в системе наук. Предмет и задачи курса
2. Основные этапы развития теории коммуникации
3. Эволюция социальной коммуникации
4. Процесс коммуникации
5. Обеспечение информационного обмена в коммуникации
6. Представление о коммуникации как о процессе и структуре
7. Содержание, средства и язык коммуникации
8. Теория речевых актов
9. Коммуникативная ситуация
10. Коммуникативное поведение
11. Коммуникатор. Коммуникативная личность
12. Аудитория коммуникации
13. Уровни коммуникации
14. Коммуникация в малых группах. Массовая коммуникация
15. Виды профессионально ориентированной коммуникации
16. Психологические основы коммуникации
17. Межкультурная коммуникация
18. Лингвокультурологические аспекты межкультурной коммуникации

6. Составитель: к.фил.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций Л.А. Горшкова, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.06.03 «Теория и практика связей с общественностью»

1. Цель освоения дисциплины: овладение комплексом знаний и функций специалиста по связям с общественностью, надлежащими представлениями о данной профессии и ее роли в современном обществе.

Задачи дисциплины:

- научить осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;

- научить определять PR-стратегию развития организации;
- научить применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации;
- научить строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к базовой части ОПОП ВО (Б1.О.06.03).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

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;

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- содержание основных понятий и терминов изучаемой дисциплины;
- структуру и основное содержание корпоративной культуры,
- содержание и функции корпоративного кодекса;
- содержание интегрированных маркетинговых коммуникаций и место в них связей с общественностью;
- основы взаимодействия связей с общественностью со средствами массовой коммуникации;
- цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций;
- основы защиты имиджа и репутации организации от информационных угроз и опасностей (в аспекте информационной безопасности субъекта в пределах своей компетенции).

уметь:

- осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации;
- определять PR-стратегию развития организации;
- применять инструментарий и технологии связей с общественности при решении конкретных задач по информационно-коммуникативному сопровождению менеджмента организации;
- строить информационную политику организации в условиях кризисных ситуаций.

владеть:

- категориально-понятийным аппаратом в сфере связей с общественностью;
- навыками организации системы сбора информации для планирования PR-деятельности предприятий;
- методиками оценок эффективности PR-кампаний.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 10 зачетных единиц (360 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. История возникновения и становления PR, история PR в СССР и в России.
2. Характер и содержание PR.
3. Включение PR в различные сферы жизни общества.
4. СМИ как основной канал воздействия PR-технологий.

5. Способы создания и усиления новостной информации, формы подачи информационно-новостных материалов.
6. Особенности PR- текстов и общие требования к их подготовке.
7. Изучение общественного мнения.
8. Избирательная кампания, тактика ведения избирательной кампании, политическая реклама в избирательной кампании.
9. Специфика связей с общественностью в некоммерческом секторе.

6. Составитель – Горшкова Л.А., к.филол. н., доц. кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.06.04 «Теория и практика рекламы»

1. 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.

Задачи дисциплины:

- усвоение предмета, принципов, категорий, базовых знаний о сущности рекламы, областях его применения и основных направлениях, содержании и формах рекламы в коммуникативном процессе;
- □ развитие представлений об истории становления, современном состоянии и перспективах развития рекламы в общемировом пространстве;
- понимание специфики развития данной дисциплины в современных российских условиях; формирование представлений о рекламе и её национальных особенностях;
- знакомство со спецификой разработки и внедрения рекламных проектов;
- приобретение умений и навыков, необходимых для оказания рекламных услуг в коммерческой, социальной и политической сферах и разработки рекламных кампаний;
- формирование целостного представления о возможностях и ресурсах рекламы в коммуникативном процессе;
- углубление представлений о современных методах работы специалистов в сфере рекламы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Теория и практика рекламы в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.О.06.04).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущностные характеристики рекламы, эволюцию взглядов на рекламу;
- содержание теорий и концепций, относящихся к рекламе в коммуникативном процессе;
- предметные и видовые модификации рекламы;
- специфику взаимодействия рекламы со средствами массовой информации;
- состояние различных видов рекламы в США, странах Западной Европы и в России;

уметь:

- применять рекламные технологии;
- разработать план, стратегию и тактику рекламной кампании;

- осознанно применять социологические исследования аудитории средств массовой информации при определении стратегии рекламной деятельности;
- анализировать приемы и методы медиапланирования, применяемые в рекламных кампаниях;
- находить пути оптимизации рекламной деятельности с целью социально-психологического воздействия рекламы на потребителя;

владеть:

- навыками ведения рекламной деятельности;
- навыками видения оптимального решения проблем рекламной деятельности, определения целей и альтернатив;
- навыками медиапланирования;
- навыками создания коммерческой, социальной и политической рекламы;
- методами исследования в сфере рекламы.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Сущность и функции рекламы. Процесс рекламной деятельности.
2. Целевая аудитория рекламы. Виды рекламы. Реклама в периодической печати.
3. Реклама на телевидении. Реклама на радио. Формообразование в рекламе.
4. Организация работы рекламного агентства.
5. Рекламная служба в СМИ.
6. Политическая реклама.
7. Социальная реклама.
8. Эффективность рекламы.

6. Составитель: Горшкова Л.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.06.05 «Нарратология в рекламе и связях с общественностью»

1. 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:

- изучение базовых понятий современной теории текста;
- освоение методов анализа текста с позиций его признаков и критериев, структуры и типологии;
- ознакомление с современными подходами к тексту в копирайтинге;
- формирование навыков выделения жанровой модели текста в рекламе;
- выработка навыков продуцирования копирайтерского текста определенной жанровой разновидности

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Нарратология» относится к обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.06.05).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

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-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- базовые понятия современной теории текста;
- современные подходы к речи/тексту в копирайтинге;
- технологии создания копирайтерского продукта;

уметь:

- анализировать тексты с позиций его признаков и критериев, структуры и типологии;
- продуцировать PR-тексты различных жанровых разновидностей для достижения профессиональных целей и задач посредством копирайтинга;

владеть:

- навыками анализа и трансформации текста;
- навыками выделения жанровой модели копирайтерского текста в рекламе и СО;
- навыками продуцирования копирайтерского текста определенной жанровой разновидности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Нарратология как наука

Коммуникативная структура нарратива

Проблема сегментации нарратива

Функции и типы повествователя

Теории «точки зрения», «перспективы» и «фокализации»

Модель точки зрения

«Фабула» и «сюжет» в русском формализме

«История» и «дискурс» во французском структурализме

Трехуровневые модели наррации

Четыре нарративных уровня: порождающая модель

Место точки зрения в четырехуровневой модели наррации

Знак и смысл в рекламе

Классификация стилей рекламных текстов и различных подходов, используемых при их создании

Структурирование рекламных текстов

Особенности восприятия рекламных текстов

6. Составитель: к.фил.н., доцент А.Н. Анисимова, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.06.06 «Интегрированные коммуникации»

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.

Основными **задачами** являются:

- получение комплекса знаний о месте маркетинговых коммуникаций в информационной индустрии и коммуникационном пространстве современного общества;
- достижение понимания *обучающимися*, как происходит управление коммуникационным процессом;
- формирование у *обучающихся* взгляда на коммуникационный менеджмент как на важнейший фактор эффективности интегрированных коммуникаций на современном этапе их развития;
- формирование представления о коммуникационном процессе;
- рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию;

- изучение зависимостей между деятельностью средств массовой информации и коммуникационной деятельностью в современном мире;
- формирование понимания механизмов интеграции коммуникационных средств друг с другом;
- показать взаимодействия рекламы и связей с общественностью с другими коммуникационными средствами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «**Интегрированные коммуникации**» является дисциплиной обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.06.06).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

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.

В результате изучения дисциплины *обучающийся* должен:

знать:

- виды, средства, формы и методы коммуникаций в рыночной среде;
- правовые и этические основы рекламы и связей с общественностью;
- принципы организации работы отделов интегрированных коммуникаций;
- основы правового регулирования и саморегулирования рекламно-коммуникационной деятельности

уметь:

- выполнять аналитические и организационные работы при подготовке концепций, планов, графиков и реализации рекламных кампаний и коммуникационных программ;

владеть:

- традиционными и современными технологиями профессиональной деятельности;
- способностью проведения ситуационного анализа;
- механизмами ведения переговоров;
- основными технологиями работы с рекламными текстами;
- подходами к использованию методов коммуникации.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Комплекс маркетинговых коммуникаций.

Реклама в системе интегрированных коммуникаций.

Связи с общественностью в системе интегрированных коммуникаций.

Оценка эффективности интегрированных маркетинговых коммуникационных стратегий.

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ к.фил.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций А.Н. Анисимова

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.06.07 «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель преподавания дисциплины - формирование регулятивного компонента профессионального сознания будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины являются:

- дать представления о праве как о виде социального регулятора профессиональной деятельности;
- продемонстрировать проблемные ситуации правового характера в профессиональной деятельности по рекламе и связям с общественностью;
- обозначить зоны рисков в публичных коммуникациях.
- дать представление о морали как социальном регуляторе профессиональной деятельности;
- рассмотреть этику и профессиональную нравственность в качестве эффективных инструментов оптимизации профессиональной деятельности в сфере коммуникаций;
- сформировать представление о разработанных профессиональным сообществом этических нормах,
- мотивировать обучающихся к следованию профессиональной этике при решении профессиональных задач.

Форма аттестации – экзамен

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» является дисциплиной обязательной части ОПОП ВО: **(Б1.О.06.07)**.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

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

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм;
- цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;

уметь:

- ориентироваться в разных медиакоммуникационных системах на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью;

владеть:

- профессиональными навыками в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;
- принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 ч.).

5. Основные разделы дисциплины:

Основные юридические понятия информационной сферы.

Этическое и правовое регулирование в сфере медиа.

Основные каналы размещения социальной, политической, коммерческой рекламы.

Правовые основы позиционирования организаций и товаров.

Освещение деятельности органов государственной власти средствами массовой информации.

6. Составитель: Горшкова Л.А., к. фил. н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.06.08 «История и актуальные проблемы журналистики»

1. Цель освоения дисциплины: дать обучающимся необходимое системное представление об истории отечественной и зарубежной журналистики, о ее наиболее значительных событиях, фактах, об основных закономерностях зарождения и развития периодической печати в мире.

Задачи дисциплины:

- исследовать основные этапы и национальные особенности развития журналистики в России, странах Запада и континентальной Европы;
- раскрыть влияние политических, экономических, технических, ментальных факторов на развитие журналистики;
- проследить воздействие журналистики на ход важнейших исторических событий;
- познакомиться с творчеством выдающихся публицистов разных стран, с функционированием наиболее ярких, значимых периодических изданий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История и актуальные проблемы журналистики» является дисциплиной обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.06.08).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- историю и закономерности развития отечественной и зарубежной журналистики;
- лучшие ее образцы;
- понимать значение ее опыта для практики современных СМИ и работы журналиста;

уметь:

- анализировать опыт мировой журналистики;
- ориентироваться на ее лучшие образцы;
- применять полученные знания в своей профессиональной работе;

владеть:

- основными методами и подходами исследовательской и практической работы;
- навыками социально-исторического анализа.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Введение в мировую журналистику.
2. Журналистика XIX в. и первой половины XX в.
3. Журналистика второй половины XX в.

4. Журналистика конца XX в.

6. Составитель – к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций
А.Н. Анисимова

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.06.09 «Стилистика и литературное редактирование в связях с
общественностью»**

1. 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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование в связях с общественностью» дисциплиной обязательной части ОПОП ВО (Б1.О.06.09).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **компетенций:**

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.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные категории лингвостилистики и литературного редактирования;
- языковые особенности функциональных стилей речи;
- типы ошибок письменного текста;
- основы правки текста;

уметь:

- видеть текст в комплексе его стилистических составляющих и критически оценивать его с точки зрения стилистической нормы;
- уметь пользоваться функционально-стилевыми разновидностями языка в соответствии с той или иной речевой задачей;

владеть:

- навыками профессионального литературного редактирования

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Практическая стилистика как прикладная лингвистическая дисциплина.

Функциональные стили современного русского языка.

Особенности устной публичной речи; язык и стиль массовой коммуникации.

Стилистические ресурсы лексики и фразеологии, морфологии и синтаксиса.

Лексическая стилистика. Работа редактора над лексикой рукописи.

Грамматическая стилистика. Редакторская оценка использования форм частей речи.

Грамматическая стилистика. Работа редактора над синтаксическими конструкциями.

Критерии редакторской оценки стилевой и эстетической сторон рукописи.

Методика редакторского анализа и правки текста.

Тропы и стилистические фигуры.

Редактирование в процессе коммуникации.

Текст как объект работы редактора.

Работа редактора с логической основой текста.

Работа редактора с фактической основой текста.

Психологические предпосылки редактирования, его коммуникативные и логические аспекты.

Работа редактора над композицией рукописи.

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ, к.фил.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций А.Н. Анисимова

Часть, формируемая участниками образовательных отношений **Структура модуля**

Б1.В.01	Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.02	Корпоративная культура в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ПК-2
Б1.В.03	Современная пресс-служба в системе государственного и муниципального управления	7		126	126	5	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.04	Консалтинг в системе государственного и муниципального управления	7		126	126	5	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.05	Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления	2		162	162	6	ПКО-1; ПК-4
Б1.В.06	PR первого лица в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.07	Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления		3	100	100	3	ПКО-1
Б1.В.08	Медиакоммуникации в системе государственного и муниципального управления	5		126	126	5	ОПК-3; ПК-2
Б1.В.09	Технология создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления	9	8		160	6	ОПК-3; ПК-4
Б1.В.10	Организация и проведение коммуникационных кампаний в системе государственного и муниципального управления	8	7	8	160	6	ПКО-1; ПК-4

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ **Б1.В.01 «Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления»**

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель изучения дисциплины – приобретение обучающимися базовых теоретических знаний и практических навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера.

Достижение цели подразумевает выполнение следующих **задач**:

- рассмотреть основные теоретические подходы исследований брендинга и брендбилдинга;
- ознакомить обучающихся с основными этапами создания бренда;
- рассмотреть вопросы организации и проведения брендинговых кампаний;
- изучить специфику PR-коммуникаций в брендинге;

- освоить различные методики оценки эффективности брендинга.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Основы брендинга в системе государственного и муниципального управления» относится к вариативной части дисциплин по выбору ОПОП ВО(Б1.В.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **знать** базовые понятия брендинга; специфику PR-коммуникаций в брендинге;

- **уметь** организовывать и поводить брендинговые кампании;

- **владеть** различными методиками оценки брендинговых кампаний.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Бренд, брендинг, бренд-менеджмент.

2. Подготовительный этап брендинга.

3. Сдержательные признаки бренда.

4. Коммуникационная кампания бренда.

5. Оценка эффективности брендинга.

6. Финансовая оценка и учет брендов.

7. Понятие глобального имиджа.

6. Составитель: Горшкова Л.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.02 «Корпоративная культура в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

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.

Задачами преподавания дисциплины являются:

- знакомство *обучающихся* с развитием эффективного менеджмента;

- изучение принятой системы лидерства;

- рассмотрение видов корпоративных культур;

- исследование типов современных российских корпоративных культур.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Корпоративная культура в системе государственного и муниципального управления» является вариативной дисциплиной ОПОП ВО (Б1.В.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теоретико-методологические основы корпоративной культуры;
- общие закономерности и механизмы её формирования и развития;

уметь:

- применять на практике методы управления формированием и развитием организационной культуры;
- 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.

владеть:

- навыками управления организационной культурой.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Предмет корпоративной культуры

Типы корпоративных культур

Формирование корпоративной культуры

Культура труда

Культура управления

Диагностика корпоративной культуры

6. Составитель: Анисимова А.Н., к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.03 «Современная пресс-служба в системе государственного и
муниципального управления»**

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины «Современная пресс-служба в системе государственного и муниципального управления» - дать обучающимся общую характеристику современным российским государственным пресс-службам.

В рамках изучения дисциплины поставлены следующие **задачи**:

- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы современной государственной пресс-службы;
- формирование представления о функциях, задачах, принципах работы, статусе пресс-секретаря в структуре организации;
- формирование умения пользоваться методами информационной работы государственных учреждений со средствами массовой информации и общественностью;
- изучение принципов планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Современная пресс-служба в системе государственного и муниципального управления» относится к вариативной части дисциплин ОПОП ВО (Б1.В.03).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

- Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
- ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;
 - ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

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.

уметь: ориентироваться в методах планирования и программирования, а также организации работы современной пресс-службы.

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.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов) - очная и заочная формы обучения.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Структура и принципы организации современной пресс-службы.
2. Государственная пресс-служба как открытая система.
3. Основные направления работы российских государственных пресс-служб.
4. Технология организации работы современной пресс-службы.
5. Пресс-служба администрации Президента России.
6. Формы и методы работы пресс-службы.
7. Права и этика российского специалиста по связям с общественностью.
8. Роль и место Департамента информационной политики МИД РФ в системе общественных связей.
9. Основные функции работы пресс-служб администраций российских регионов.

6. Составитель: Горшкова Л.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.04 «Консалтинг в системе государственного и муниципального
управления»**

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины «Консалтинг в системе государственного и муниципального управления» - усвоение обучающимися основ политического консультирования и овладение навыками практической работы в организации и проведении избирательных кампаний.

В рамках изучения дисциплины поставлены следующие **задачи**:

- изучение отдельных аспектов современных политических систем;
- формирование практических умений и навыков, в том числе по написанию «политических» текстов;
- изучение особенностей взаимодействия между различными целевыми аудиториями;
- подготовка и проведение публичных мероприятий;
- организация противодействия провокациям со стороны оппонентов, организация наблюдения на избирательных участках.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Консалтинг в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.04).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

- **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;

- **уметь:** самостоятельно разрабатывать образцы предвыборной агитации; на базе теоретического и практического материала, моделировать, анализировать, разрешать и управлять политическими конфликтами.

- **владеть:** приемами политического консультирования; приемами организации деятельности службы связей с общественностью в системах государственной службы, местного самоуправления, политической партии, избирательной кампаний; методикой формирования имиджа политического деятеля; методикой написания материалов политического характера; методикой проведения пресс-конференций и брифингов по политическим темам.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

История и теории политического консалтинга.

Политический процесс и политические технологии.

Понятие и виды политического консультирования.

Стратегия и тактика политической кампании.

Разработка предвыборной рекламной кампании кандидата.

Технологии формирования имиджа публичного политика.

Работа с рекламными и PR текстами, СМИ, электоратом и конкурентами в процессе избирательной кампании.

6. Составитель: Анисимова А.Н., к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.05 «Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью курса является формирование у обучающихся комплексного представления о проблемах изучения современных тенденций развития выставочной деятельности в России и за рубежом.

Задачи:

- получить теоретические знания и практические навыки в области организации выставочного проекта на высококонкурентном потребительском рынке;

- изучить мировые тенденции в развитии выставочно-ярмарочной деятельности;

- определить основные проблемы государственного регулирования ярмарочно-выставочной деятельности в России и за рубежом;

- раскрыть экономическую сущность и основные инструменты продвижения товаров на рынке;
- изучить основные направления влияния выставочной деятельности на экономику страны;
- определить эффективность использования технологий организации и рекламно-информационного сопровождения выставок;
- освоить навыки свободного использования целого арсенала способов и приемов для прорабатывания концепции выставочного проекта и анализа его коммерческой состоятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Организация выставок и ярмарок в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.05).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- историю развития инфраструктуры, социально-экономической сущности ВД в России и за рубежом;
- влияние ВД на развитие экономики страны;
- государственное регулирование ВД;
- рекламно-информационное сопровождение выставок;
- принципы эффективного участия фирмы в выставочных мероприятиях;
- технологии организации выставочного пространства;

уметь:

- анализировать и давать характеристики выставочных рынков России;
- оценивать и экономически обосновывать коммерческую состоятельность выставочных проектов;
- составлять бюджет выставки;

владеть:

- навыками организации мероприятий по принятию участия в выставочных проектах;
- методикой расчета по определению оптимальной площади выставочного стенда;
- терминологическим аппаратом продвижения выставочного проекта;
- методикой оценки эффективности организации выставочного пространства.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Выставки и ярмарки и их социально-экономическая сущность
2. История развития и современное состояние выставочной деятельности
3. Выставочная деятельность как коммуникационный инструмент
4. Экономические аспекты выставочной деятельности

6. Составитель: Горшкова Л.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.06 «PR первого лица в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью курса является приобретение необходимых знаний и навыков в формировании положительного имиджа первых лиц.

Основными **задачами** являются:

- изучение социально-теоретической и практической обусловленности возникновения политического имиджмейкинга;
- изучение взаимодействия политической имиджелогии с современной наукой и политической практикой;
- изучение социокультурных характеристик и особенностей политического имиджа;
- изучение психологических моделей политического имиджа.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «PR первого лица в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.06).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основы понимания политического имиджа;
- основные механизмы и пути формирования положительного политического имиджа;
- основы информационно-психологического воздействия на социум в целях формирования положительного имиджа первого лица;

уметь:

- анализировать состояние имиджа первого лица;
- взаимодействовать со СМИ в работе по формированию имиджа политических деятелей;
- составлять тексты для выступлений для первых лиц и самому выступать в СМИ;

владеть:

- навыками организации работы и технологиями по формированию положительного имиджа первого лица.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

Политический имиджмейкинг как система взглядов о законах массовой коммуникации.

Имидж человека: ведущие типы и элементы.

Технологии построения имиджа.

Элементы политического имиджа.

Закономерности создания имидж эффекта.

6. Составитель: Горшкова Л.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 «Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель - знакомство *обучающихся* с основными стратегиями и эффективными тактиками переговорного процесса.

Задачи дисциплины:

- осмысление закономерностей построения эффективного переговорного процесса;
- анализ различных стилей ведения переговоров;
- знакомство с наиболее эффективными школами ведения переговоров (в частности, Гарвардской школой принципиальных переговоров);
- 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.);
- анализ приемов аргументации и полемики, используемых в ходе переговоров;
- знакомство с контрприемами против «грязных» методов ведения переговоров.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Переговорный процесс в системе государственного и муниципального управления» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.07).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- теорию переговорного процесса;
- тактики и стратегии делового общения;
- психологические типы партнеров;
- способы подачи переговорной позиции

уметь:

- применять технологии деловых коммуникаций;
- разработать план, стратегию и тактику переговоров;
- реагировать на манипулятивные технологии оппонентов;

владеть:

- приемами и методами психологического воздействия;
- приемами оптимизации переговорного процесса.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы (108 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Теория переговорного процесса.
2. Подготовка переговоров. Способы подачи переговорной позиции.
3. Стратегия и тактика ведения переговоров.
4. Завершение переговоров.
5. Переговоры как искусство общения.
6. Психологические особенности делового общения. Психологические типы деловых партнеров.
7. Манипуляции во время деловых переговоров.
8. Деловой этикет.
9. Особенности ведения деловых переговоров с представителями разных стран.

6. Составитель: Горшкова Л.А., кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08 «Медиакоммуникации в системе государственного и муниципального управления»

1. Цель освоения дисциплины: Цель изучения данной дисциплины – получение обучающимися необходимых знаний и практических навыков по связям со СМИ,

Задачи дисциплины:

- изучение типологии средств массовой информации,
- овладение методикой составления статей для различных СМИ;
- формирование практических навыков взаимодействия со СМИ, навыков работы с рекламными и PR-текстами.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Медиакоммуникации в системе государственного и муниципального управления» относится к вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.08).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основы стратегического планирования профессиональной деятельности в области медиарилейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества;

уметь:

- выявлять и анализировать основные подходы к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм профессиональной деятельности в области медиарилейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сферах жизнедеятельности общества;

владеть:

- стратегическим планированием в рамках основной формы профессиональной деятельности в области медиарилейшнз для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества – PR-кампании.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Медиарилейшнз: определение, сущностные характеристики, типология. Отношения со СМИ в системе общей информационной политики.
2. Коммуникационный аудит. Определение, значение, виды коммуникационного аудита. Российская и международная практика проведения оценки коммуникативной среды.
3. Ситуационный анализ. Определение ключевых проблем и возможностей, ресурсов базисного субъекта медиарилейшнз. Планирование и организация деятельности современной пресс-службы.
4. Стратегическое планирование. Проведение мероприятий для журналистов, подготовка и рассылка пресс-релизов и других медиадокументов.

6. Составитель: Анисимова А.Н., к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.09 «Технология создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления»

1. Цель освоения дисциплины: дать обучающимся представление о важнейшем компоненте рекламной и PR деятельности – создании рекламного продукта.

Задачи:

- знакомство со спецификой разработки и внедрения рекламных проектов;
- приобретение умений и навыков, необходимых для оказания рекламных услуг в коммерческой, социальной и политической сферах и разработки рекламных кампаний;
- формирование целостного представления о возможностях и ресурсах рекламы в коммуникативном процессе.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Технология создания рекламного продукта в системе государственного и муниципального управления» является вариативной дисциплиной ОПОП ВО (**Б1.В.09**)

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью;

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- роль и функции дизайнеров, крейтеров, копирайтеров;
- иметь представление об этапах, принципах и методах создания рекламного продукта;
- принципы и методы художественного оформления рекламного продукта;
- приемы информационного и эмоционального воздействия рекламы;
- формы рекламного сообщения и эффективные каналы коммуникации;
- творческую и коммерческую составляющие технологии разработки рекламного продукта;

уметь:

- разрабатывать концепцию рекламного обращения для создания рекламных сообщений;
- использовать средства коммуникационного воздействия при создании рекламного продукта;
- тестировать и проводить экспертную оценку рекламного продукта для определения его эффективности и на предмет соответствия правовым и этическим нормам;

владеть:

- навыками художественного дизайна и редактирования; разработки рекламного продукта (в печатных и электронных СМИ).

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 216 часа (6 зачетных единиц), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

1. Теория, композиция рекламы и копирайтинг.

2. Функциональные, структурные и риторические особенности рекламного текста.

3. Творческий процесс в рекламе.

4. Особенности технологии создания различных жанров рекламы.

6. Составитель: Горшкова Л.А., к.фил.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.10 «Организация и проведение коммуникационных кампаний в системе государственного и муниципального управления»

1. 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.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть способы организации PR-кампаний;
- научить обучающихся технологиям проведения специальных событий, акций;
- освоить знания из сферы организации и управления коммуникационными процессами, показать специфику взаимодействия PR с различными средствами массовой информации;
- изучить опыт инновационной деятельности в системе публичных отношений;
- обучить основным навыкам разработки, реализации и оценки эффективности кампаний в области связей с общественностью.
- развить языковую и коммуникативную компетенции обучающихся и сформировать у них готовность к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний в системе государственного и муниципального управления» является вариативной дисциплиной ОПОП ВО (Б1.В.10).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих **профессиональных компетенций:**

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- основные принципы действия современных PR-технологий;
- принципы работы над PR-проектами;
- принципы действия механизмов создания и доведения до целевых групп информационных посланий;
- методы конструирования и управления информационными потоками;
- основные виды, составные элементы и специфику кампаний в области связей с общественностью.

Уметь:

- осуществлять оперативное планирование и контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью;

- проводить мероприятия по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
- оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;
- 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;
- готовить проектную и сопутствующую документацию (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

Владеть:

- навыками планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации на основе результатов исследований;
- разработкой, подготовкой к выпуску, производством и распространением рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;
- 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;
- написанием аналитических справок, обзоров и прогнозов.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Кампания по связям с общественностью: определение понятия.
2. Организационные, материально-технические, кадровые основы проведения рекламных кампаний.
3. Подготовительный этап кампании по связям с общественностью.
4. Этап планирования.
5. Проблема составления бюджета кампании по связям с общественностью.
6. Реализация кампаний по связям с общественностью: проблемы организации специальных событий.
7. Реализация кампаний по связям с общественностью: коммуникации в продвижении бренда.
8. Коммуникационный аудит.
9. Заключительный этап: оценка эффективности и составление отчета.

6. Составитель: Горшкова Л.А., к.фил.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций, СФ ГАОУ ВО МГПУ

Модуль Б1.В.ДВ.01 Дисциплины по выбору

Структура модуля

Б1.В.ДВ.01	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.1	2		-	96	4	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.01	История рекламы	2		-	96	4	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.01.02	Скрытая реклама	2		-	96	4	ПКО-2; ПК-4
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.2	1			126	5	ПКО-2; ПК-1
Б1.В.ДВ.02.01	История связей с общественностью	1		-	126	5	ПКО-2

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

Б1.В.ДВ.02.02	Отечественный и зарубежный опыт в связях с общественностью	1		-	126	5	ПКО-2
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.3	9			96	4	УК-5; ОПК-3
Б1.В.ДВ.03.01	Религиоведение	9		-	96	4	УК-5; ОПК-3
Б1.В.ДВ.03.02	История мировых религий	9		-	96	4	УК-5; ОПК-3
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.4	8			96	4	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.01	Антикризисный PR	8		-	96	4	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.04.02	Конфликтология	8		-	96	4	ПКО-1; ПК-2
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.5	6			96	4	УК-4; ОПК-1
Б1.В.ДВ.05.01	Русская орфография и пунктуация	6		-	96	4	УК-4; ОПК-1
Б1.В.ДВ.05.02	Практический курс русского языка	6		-	96	4	УК-4; ОПК-1
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины по выбору Б1.В.ДВ.6	8			96	4	ОПК-6; ПК-1
Б1.В.ДВ.06.01	Компьютерный дизайн в связях с общественностью	8		-	96	4	ОПК-6
Б1.В.ДВ.06.02	Презентационные технологии в рекламе и связях с общественностью	8		-	96	4	ОПК-6

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«История рекламы»

Б1.В.ДВ.01.01

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью курса является дать будущим специалистам систематическое и эмпирически аргументированное представление об историческом становлении рекламной деятельности.

Основными **задачами** являются:

- формирование представления о месте рекламы в культуре;
- ознакомление студентов с социально-психологическими, экономическими и культурными предпосылками рекламной деятельности;
- демонстрация своеобразия становления и развития рекламы в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История рекламы» является дисциплиной по выбору в **ОПОП ВО** (Б1.В.ДВ.01.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
 ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать:

- понятия, термины, события и факты, связанные с историей развития рекламной деятельности;

- исторический контекст формирования эмпирических и теоретических основ функционирования коммуникаций в конкурентной среде;

уметь:

- логически мыслить и вести дискуссии по проблемам истории рекламы;

- формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории рекламы;

владеть:

- приемами ведения дискуссии и полемики;

- способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Генезис рекламной коммуникации: социокультурные и экономические корни, основные этапы.

Формирование «искусства рекламы»: рекламисты, рекламные агентства и рекламные кампании второй половины XIX в.

Зарубежный опыт рекламного бизнеса.

История рекламы в России как часть истории мировой рекламы.

Современные тенденции развития рекламной деятельности.

6. Составитель: к.фил.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций

Анисимова А.Н.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.02«Скрытая реклама»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Целью курса является дать будущим специалистам систематическое и эмпирически аргументированное представление об историческом становлении рекламной деятельности.

Основными **задачами** являются:

- формирование представления о месте рекламы в культуре;

- ознакомление студентов с социально-психологическими, экономическими и культурными предпосылками рекламной деятельности;

- демонстрация своеобразия становления и развития рекламы в различных общественно-исторических условиях Западной Европы, США и России.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Скрытая реклама» является дисциплиной по выбору **ОПОП ВО** (Б1.В.ДВ.01.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

- ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать:

- понятия, термины, события и факты, связанные с историей развития рекламной деятельности;

- исторический контекст формирования эмпирических и теоретических основ функционирования коммуникаций в конкурентной среде;

уметь:

- логически мыслить и вести дискуссии по проблемам истории рекламы;
- формировать и аргументировано отстаивать собственную позицию по различным проблемам истории рекламы;

владеть:

- приемами ведения дискуссии и полемики;
- способностью к деловой коммуникации в отечественной и международной профессиональной сферах.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Генезис рекламной коммуникации: социокультурные и экономические корни, основные этапы.

Формирование «искусства рекламы»: рекламисты, рекламные агентства и рекламные кампании второй половины XIX в.

Зарубежный опыт рекламного бизнеса.

История рекламы в России как часть истории мировой рекламы.

Современные тенденции развития рекламной деятельности.

6. Составитель: Горшкова Л.А., к. фил. н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
«История связей с общественностью»
Б1.В.ДВ.02.01

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель дать знания о развитии связей с общественностью в России и за рубежом как формы социальной коммуникации на различных исторических этапах.

Задачи дисциплины:

- дать знания об истории возникновения и развития рекламы в России и за рубежом;
- дать знания об истории возникновения и развития связей с общественностью в России и за рубежом.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «История связей с общественностью» относится к дисциплиной по выбору, формируемой участниками образовательных отношений в **ОПОП ВО** (Б1.В.ДВ.02.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать:

- основные этапы развития СО в России и за рубежом и подходах к ее изучению;
- информацию об исторических формах, средствах и носителях рекламной и СО-коммуникаций;
- формы влияния связей с общественностью на развитие общества;
- экономические, социологические, психологические и правовые основы деятельности по СО.

уметь:

- систематизировать исторические факты в области СО-коммуникаций и интерпретировать их с экономической, социальной, культурной и коммуникационной точек зрения
- определять эпоху создания СО-материалов, принципы и приемы их создания;

- видеть возможности использования исторических стилей в решении актуальных задач СО-коммуникации;

владеть:

- навыками систематизации исторических фактов и материалов в области СО;
- навыками точного и адекватного актуальным коммуникационным задачам использования исторических стилей (и их отдельных элементов) при создании СО-материалов.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Введение в курс «История связей с общественностью».
2. Истоки public relations в Древнем мире.
3. Приемы и методы влияния на общественность в Средние века (V – XVI вв.).
4. Специфика зарождения связей с общественностью в Новое время.
5. Становление и развитие PR-коммуникаций в первой половине XX века. Период «взрождения».
6. Public relations во Вторую мировую войну и послевоенный период.
7. Эволюция связей с общественностью в постиндустриальную эпоху (1960-е – наши дни).
8. История становления PR в России.

6. Составитель: к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций

А.Н. Анисимова

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.02 «Отечественный и зарубежный опыт в связях с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины:

Цель дисциплины «Отечественный и зарубежный опыт в связях с общественностью» 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.

Задачи дисциплины:

- уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение СО;
- познакомиться с основными концепциями СО;
- дать характеристику различным средствам коммуникации в СО;
- выявить главные этапы подготовки и планирования кампании по СО;
- рассмотреть роли и функции основных участников кампании по СО.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Отечественный и зарубежный опыт в связях с общественностью» относится к дисциплинам по выбору ОПОП ВО (**Б1.В.ДВ.02.02**).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основы организации СО как теоретического, так и прикладного уровней, экономические, социологические, психологические и правовые основы деятельности по СО.

Уметь: применять передовой отечественный и зарубежный опыт ведения кампаний по СО, планировать, организовывать и осуществлять деятельность по созданию продукта, планировать и проводить кампании.

Владеть: базовой терминологией, относящейся к деятельности СО; навыками создания текстов и документов, используемых в сфере СО.

Форма аттестации – экзамен.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 час.).

5. Основные разделы дисциплины:

1. Введение в курс «История связей с общественностью».
2. Истоки publicrelations в Древнем мире.
3. Приемы и методы влияния на общественность в Средние века (V – XVI вв.).
4. Специфика зарождения связей с общественностью в Новое время.
5. Становление и развитие PR-коммуникаций в первой половине XX века. Период «взросления».
6. Publicrelations во Вторую мировую войну и послевоенный период.
7. Эволюция связей с общественностью в постиндустриальную эпоху (1960-е – наши дни).
8. История становления PR в России.

6. Составитель: Анисимова А.Н., к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.01 «Религиоведение»

1. 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.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Религиоведение» является базовой дисциплиной ОПОПВО (Б1.В.ДВ.03.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:
УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

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 мировых религий, обозначающими важнейшие элементы богослужебного культа и внутреннего устройства религиозных организаций;
- методами научного анализа и научной классификации религиозных движений и явлений религиозной жизни

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Религиоведение как теоретическая дисциплина.

Религия как феномен культуры.

Социальные функции религии.

Эволюция религии в истории. Многообразие форм религиозного отражения.

Национальные и мировые религии.

Секуляризация, гражданское общество и религия.

Проблема статуса религии в современном мире. Свобода совести.

6. Составитель: Ивунина Е.Е., к.ф.н., доцент кафедры истории, международного права и зарубежного регионоведения СФ ГАОУ ВО МГПУ.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.03.02«История мировых религий»**

1. Цели и задачи освоения дисциплины: ознакомление студентов с общетеоретическими представлениями о религии и конкретными религиями мира, формирование у студентов разносторонних гуманитарных знаний, которые смогут им помочь активно и плодотворно участвовать в разных сферах общественной жизни.

2. Место дисциплины в структуре ОП:

Дисциплина «Религиоведение» относится дисциплинам по выбору ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.03.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;
- ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

В результате изучения дисциплины студент - магистр должен:

знать:

- предмет религиоведения, его место в системе гуманитарного знания;
- определение и структуру религии;
- основные функции религии в современном обществе;
- основные исторические типы религии;

- имена основателей крупнейших современных религий и крупных современных религиозных деятелей, основные понятия, термины, факты и даты, связанные с крупнейшими современными религиями;

- суть доктрин самых распространенных современных религиозных сект и неокультов;

- действующее законодательство РФ в области свободы совести и вероисповедания;

уметь:

- анализировать влияние религии на современную общественную жизнь;

- применять полученные религиозоведческие знания для решения конкретных жизненных проблем, в том числе возникающих в профессиональной деятельности;

- безопасно для себя и общества взаимодействовать с представителями разных религиозных конфессий в социальной и частной жизни;

- работать с научной литературой и другими источниками информации в заданном предметном поле.

владеть:

-- терминологическим аппаратом современной религиозоведческой науки;

- понятиями, составляющими основу теологических доктрин мировых религий, обозначающими важнейшие элементы богослужебного культа и внутреннего устройства религиозных организаций;

- методами научного анализа и научной классификации религиозных движений и явлений религиозной жизни.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Религиоведение как теоретическая дисциплина.

Религия как феномен культуры.

Социальные функции религии.

Эволюция религии в истории. Многообразие форм религиозного отражения.

Национальные и мировые религии.

Секуляризация, гражданское общество и религия.

Проблема статуса религии в современном мире. Свобода совести.

6. Составитель: Ивунина Е.Е., к. филос. н., доцент кафедры истории, права и зарубежного регионоведения СФ ГАОУ ВО МГПУ

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.04.01 «Антикризисный PR»**

1. Цели и задачи 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.

Задачи:

- формирование целостного представления о кризисе как социально-политическом феномене;

- знакомство *обучающихся* с правилами поведения в кризисных ситуациях;

- формирование первичных умений осуществлять профилактику кризисов;

- формирование навыков диагностики конфликтов и конфликтных ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Антикризисный PR» относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.04.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- признаки кризисной ситуации;
- понятие и виды кризиса; классификации кризисов по различным основаниям;
- причины, вызывающие кризис;
- этапы развития кризиса;
- основные принципы антикризисного ПР;
- виды и средства коммуникации в период кризиса;
- специфика российского антикризисного ПР.

уметь:

- диагностировать кризисную ситуацию;
- определять тип кризиса; выявлять скрытые причины кризиса;
- разрабатывать антикризисную платформу;
- организовывать антикризисные мероприятия;
- формировать антикризисную стратегию предприятия;
- проводить антикризисный мониторинг.

владеть:

- приемами диагностики кризисной ситуации;
- методами подготовки к кризису;
- способами коммуникации в кризисный период;
- навыками разработки и применения антикризисных стратегий; навыками работы спин-доктора.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часов), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Теоретические и методологические основы конфликтологии. Характеристика, определение, функции и классификация кризисов. Источники, причины и факторы кризисов.

Структура и динамика кризисов.

Методы предупреждения и урегулирования кризисов.

Стратегия и способы преодоления и разрешения кризисов.

Социальное партнерство и ответственность в конфликтной ситуации. Организация управления кризисами.

Нормативное регулирование кризисов.

6. Составитель: д.и.н., проф. Кафедры истории, международного права и зарубежного регионоведения, Е.П. Барина

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.04.02 «Конфликтология»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование знаний в области конфликтологии как науки, понимании источников, динамики, факторов конфликтных ситуаций, систематизацию методов и способов управления и предупреждения конфликтов и конфликтных ситуаций; формирование целостного представления о конфликте как социально-политическом феномене; познакомить *обучающихся* с правилами поведения в

конфликтах; сформировать первичные умения осуществлять профилактику конфликтов; сформировать навыки диагностики конфликтов и конфликтных ситуаций.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Конфликтология» относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.04.02).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;
- ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные положения теории конфликта;
- основные положения исторических и современных теорий конфликта;
- природу конфликта как специальной характеристики социального взаимодействия;
- особенности развития конфликта;
- содержание типичных конфликтных ситуаций;
- специфику развития и разрешения конфликтов;

уметь:

- определять его причины и предпосылки конфликтной ситуации;
- активно использовать полученные знания в практической деятельности;

владеть:

- навыками анализа и толкования действий контрагентов с позиций теорий конфликта;

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Теоретические и методологические основы конфликтологии. Характеристика, определение, функции и классификация конфликтов. Источники, причины и факторы конфликтов.

Структура и динамика конфликтной ситуации.

Методы предупреждения и урегулирования конфликтов.

Стратегия и способы преодоления и разрешения конфликтов.

Социальное партнерство и ответственность в конфликтной ситуации. Организация управления конфликтными ситуациями.

Нормативное регулирование конфликтов.

6. Составитель: д.и.н., проф. Кафедры истории, международного права и зарубежного регионоведения, Е.П. Барина

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.05.01 «Русская орфография и пунктуация»

1. Цель освоения дисциплины: овладение нормами (орфографическими и пунктуационными) русского литературного языка в письменной форме.

Задачи:

- усвоить орфографические и пунктуационные правила русского языка;
- уметь находить ошибки в письменных работах, классифицировать, анализировать ошибки, знать приемы работы над ошибками;
- уметь подбирать и составлять упражнения по выработке орфографических и пунктуационных умений и навыков;
- уметь правильно оформлять перечни работ;
- знать правила рубрицирования при представлении материалов собственных исследований.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.05.01 «Орфография и пунктуация современного русского языка» входит в вариативную часть ОПОП ВО.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией; медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: принципы орфографии русского языка, орфографические и пунктуационные правила русского языка, приемы работы над усвоением орфографических и пунктуационных норм;

уметь: применять полученные знания в собственной письменной речи, находить ошибки в письменных работах, анализировать и классифицировать их, подбирать упражнения по выработке орфографических и пунктуационных навыков;

владеть: навыками грамотной письменной речи.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Орфография.

Пунктуация.

6. Составитель – Лысова О.Ю., к. фил. н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.05.02 «Практический курс русского языка»**

1. Цель освоения дисциплины: овладение нормами (орфографическими и пунктуационными) русского литературного языка в письменной форме.

Задачи:

- усвоить орфографические и пунктуационные правила русского языка;
- уметь находить ошибки в письменных работах, классифицировать, анализировать ошибки, знать приемы работы над ошибками;
- уметь подбирать и составлять упражнения по выработке орфографических и пунктуационных умений и навыков;
- уметь правильно оформлять перечни работ;
- знать правила рубрицирования при представлении материалов собственных исследований.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина по выбору Б1.В.ДВ.05.01 «Практический курс русского языка» входит в вариативную часть ОПОП ВО.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции выпускника ОПОП ВО бакалавриата, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

УК-4 - Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать: принципы орфографии русского языка, орфографические и пунктуационные

правила русского языка, приемы работы над усвоением орфографических и пунктуационных норм;

уметь: применять полученные знания в собственной письменной речи, находить ошибки в письменных работах, анализировать и классифицировать их, подбирать упражнения по выработке орфографических и пунктуационных навыков;

владеть: навыками грамотной письменной речи.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Орфография.

Пунктуация.

6. Составитель – Лысова О.Ю., к. фил. н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций СФ ГАОУ ВО МГПУ

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.06.01 «Компьютерный дизайн в связях с общественностью»

1. Цели и задачи освоения дисциплины: формирование и овладение новыми знаниями, а также расширение теоретической и практической базы по курсу, в котором представлены основные вопросы использования информационных технологий в рекламе и связях с общественностью.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО:

Дисциплина «Компьютерные технологии в связях с общественностью» является дисциплиной по выбору вариативной части ОПОП ВО (Б1.В.ДВ.06.01).

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- основные понятия, методы и приёмы информатики и компьютерных технологий;

- особенности развития новых информационных технологий;

- особенности применения информационных технологий в PR деятельности;

уметь:

- использовать в профессиональной деятельности возможности вычислительной техники и программного обеспечения;

- использовать ресурсы Интернет и баз данных;

- владеть средствами компьютерной графики и использовать её в презентациях проектов;

владеть:

- методами и приемами компьютерных технологий, применяемыми в профессиональной деятельности;

- основными методами работы со специализированными программными средствами

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц (144 часа), экзамен.

5. Основные разделы дисциплины:

Программное обеспечение PR
Исследование в сфере PR через Интернет
Специализированное ПО, Программы-консультанты

6. Составитель: СФ ГАОУ ВО МГПУ, старший преподаватель кафедры высшей математики и информатики Ключникова О.В.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.02 «Презентационные технологии в рекламе и связях с общественностью»

1. 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 профориентации обучающихся.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 «Презентационные технологии в рекламе и связях с общественностью» относится к дисциплинам по выбору вариативной части.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности.

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:

- ставить цели и формулировать задачи рекламы;
- применять традиционные и современные средства рекламы;
- проводить презентацию, публичное выступление (включая использование мультимедийной презентации);
- управлять вниманием аудитории;
- определять дизайн презентации и визуальных материалов.

владеть:

- навыками публичных выступлений;
- навыками создания презентаций с помощью компьютерных программ.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы (144 часов), зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Презентация как технология в рамках традиционных и современных средств реклам

Основные формы презентаций

Структура презентации

Технологии организации презентаций

Основные приемы управления вниманием аудитории

Обязательные элементы мультимедийной презентации

Дизайн презентации

Визуализация данных

6. Составитель: доцент кафедры высшей математике и информатики, к.п.н., доцент Богданова Е.А.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.07.01 «Общая физическая подготовка»**

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля).

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.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости общей физической подготовки и её роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- 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;
- 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;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО.

Дисциплина Б1.В.ДВ.07.01 «Общая физическая подготовка» относится к элективным дисциплинам по физической культуре вариативной части блока Б.1 ОПОП ВО.

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретические и методико-практические основы физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Уметь: использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.

Владеть: средствами и методами укрепления своего здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 9,1 зачетной единицы (328 часов).

5. Основные разделы дисциплины.

Легкая атлетика. Гимнастика. Основы профессионально-прикладной подготовки.

6. Составитель: Росляков В.И., ст. преподаватель каф. педагогики СФ ГАОУ ВО МГПУ

Аннотация рабочей программы дисциплины Б1.В.ДВ.07.02 «Спортивные игры»

Наименование дисциплины (модуля): Спортивные игры

1. Цели и задачи освоения дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Спортивные игры» является формирование 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.

Задачи дисциплины:

- понимание социальной значимости спортивных игр и их роли в развитии личности и подготовке к профессиональной деятельности;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- 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;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Спортивные игры» относится к дисциплинам по выбору вариативной части ОПОП ВО (**Б1.В.ДВ.07.02**).

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование общекультурной компетенции:

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

Знать: теоретические и методико-практические основы физической культуры, спорта и здорового образа жизни.

Уметь: использовать творчески средства и методы физического воспитания для профессионально-личностного развития, физического самосовершенствования, формирования здорового образа и стиля жизни.

Владеть: средствами и методами укрепления своего здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 328 часа, зачет.

5. Основные разделы дисциплины:

Волейбол, баскетбол, настольный теннис.

6. Составитель: Росляков В.И., ст. преподаватель каф. педагогики СФ ГАОУ ВО МГПУ

Блок 2. ПРАКТИКА Обязательная часть

В соответствии с 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 бакалавриата) входят учебная, производственная, преддипломная практики.

Практики, позволяют систематизировать и углубить полученные практические и / или теоретические знания, усовершенствовать приобретенные умения по различным дисциплинам.

Структура модуля

Блок 2.Практика							
Обязательная часть							
Б2.О.01(П)	Производственная практика: профессионально-творческая практика		4	6(зо)	540	15	УК-1; УК-3; ОПК-1; ОПК-6; ОПК-7
Б2.О.02(П д)	Производственная практика: Преддипломная практика			9 (зо)	324	9	УК-1; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-2;
Часть, формируемая участниками образовательных отношений							
Б2.В.01(У)	Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика		2		216	6	УК-1; ОПК-1; ОПК-2;

								ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-1
--	--	--	--	--	--	--	--	---

Б2.О.01(П) Производственная практика: профессионально-творческая практика

1. Цель и задачи производственной практики

Цель производственной практики – получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности.

Задачи производственной практики:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы;
- приобретение опыта организационной и правовой работы на должностях кадровых и управленческих служб организаций в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- развитие правовой культуры, как важнейшего условия успешного решения задач будущей профессиональной деятельности;
- изучение передового и практического опыта по избранному направлению подготовки;
- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности в отделах или агентствах рекламы и связей с общественностью,
- углубление практических умений и навыков по профессиональной деятельности в рамках направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» и разработка PR-мероприятия как составной части плана выпускной квалификационной работы (бакалаврской работы).
- закрепление общих представлений о принципах и законах функционирования рыночной экономики и места рекламной и СО практики в деятельности предприятия;
- ознакомление с особенностями использования различных инструментов продвижения рекламных и PR-средств;
- раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий рекламы и PR;
- закрепление навыков расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий;
- выработка умения анализировать и систематизировать факты рекламы и PR в соответствии с конкретно поставленной задачей;
- выработка филологических навыков написания рекламных и PR текстов различного характера;
- развитие навыков презентации и защиты результатов выполняемой деятельности.
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания отчета по прохождению практики.

2. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Практика является обязательной частью Блока 2 Практика ОПОП ВО и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета.

Производственная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к обязательной части. Шифр производственной практики: Б2.О.01(П) Производственная практика: профессионально-творческая практика.

3. Требования к результатам практики

Организация и прохождение практики направлены на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

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-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен

Знать:

- 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:

- 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 осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;

- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- 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;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- 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;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологических исследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
- навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. Общая трудоемкость практики составляет 15 зачетных единиц (540 часов).

Практика проводится в 4 семестре – 4 недели, в 6 семестре – 6 недель. Всего 10 недель. Сроки практики четко устанавливаются (аттестация в 4 семестре – зачет, в 6 семестре – зачет с оценкой. – Всего 540 часов, (15 з.е.).

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр	Всего часов/заче тных единиц	Семестр
Итого академических часов по плану	216	4	324	6
Самостоятельная работа	216		324	
Вид промежуточной аттестации	Зачет		Зачет с оценкой	

Общая трудоемкость часы зачетные единицы	216		324	
	6		9	

5. Структура и содержание производственной практики

Индивидуальное задание на практику № 1 2 курс, IV семестр

1. Наблюдение и участие в работе рекламных и PR-служб предприятия;
2. Проведение мероприятий по повышению имиджа организации, продвижению товаров и услуг фирмы на рынок;
3. Создание проектов с использованием рекламных и PR-технологий, востребованных в условиях рынка (составление прогноза развития рынка, его емкости, динамики спроса и предпочтений потребителей и разработка мер по повышению конкурентной позиции фирмы, организации, товаров и услуг);
4. Создание эффективной коммуникационной системы организации, обеспечение внутренней и внешней коммуникации, формирование и поддержание корпоративной культуры; планирование, подготовка и проведение коммуникационных кампаний и мероприятий;
5. Разработка, производство и распространение рекламной и PR-продукции;
6. Организация и проведение социологических и маркетинговых исследований; составление и оформление материалов для экспертных заключений и отчетов; написание аналитических справок, обзоров и прогнозов.

Структура и содержание производственной практики 3 курс, VI семестр

Индивидуальное задание на производственную практику № 2

Обучающиеся во время производственной практики должны подготовить и провести PR-мероприятие по продвижению имиджа компании, в которой они проходят практику.

1. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
2. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать SWOT-анализ.
3. Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу PR-кампании.
4. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
5. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет: 2 газет, 2 журналов (1 специализированный), 2 телеканалов, 2 интернет-порталов, 2 радиостанций. Обосновать использование других средств коммуникации.
6. Разработать сценарий специального мероприятия.
7. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
8. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.
9. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.

В отчете по практике перечисленные вопросы отразить в соответствующих разделах отчета и заключении.

6. Составитель: к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций А.Н. Анисимова

Б2.О.02(Пд) Производственная практика: Преддипломная практика

1. Цели и задачи практики:

Цель преддипломной практики – углубление первоначального практического опыта обучающегося, проверка его готовности к самостоятельной профессиональной деятельности, а также подготовка к выполнению выпускной квалификационной работы в организациях различных организационно-правовых форм. Преддипломная практика проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Задачи преддипломной практики:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы;
- приобретение опыта организационной и правовой работы на должностях кадровых и управленческих служб организаций в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- развитие правовой культуры, как важнейшего условия успешного решения задач будущей профессиональной деятельности;
- изучение передового и практического опыта по избранному направлению подготовки;
- раскрытие прикладного характера рассматриваемых в учебных дисциплинах базовых категорий рекламы и PR;
- выработка умения анализировать и систематизировать факты рекламы и PR в соответствии с конкретно поставленной задачей;
- закрепление навыков расчета основных показателей рекламного планирования, определение рекламного бюджета, медиапланирования и анализа эффективности рекламных мероприятий;
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания отчета по прохождению практики;
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания выпускной квалификационной работы.

2. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета.

Преддипломная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к обязательной части. Шифр преддипломной практики: Б2.О.02(Пд)
Преддипломная практика: Преддипломная практика.

3. Требования к результатам практики

Процесс прохождения преддипломной практики направлен на формирование следующих компетенций:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК-9 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности;

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению;

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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

В результате прохождения преддипломной практики обучающийся должен

Знать:

- 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:

- 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 осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- 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;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- 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;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологических исследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
- навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы

4. Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов)

Практика проводится в девятом семестре – 6 недель. Сроки практики четко устанавливаются (аттестация в 9 семестре – зачет с оценкой). Всего 324 часа, (6 з.е.).

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр
Итого академических часов по плану	324	9

Самостоятельная работа	324	
Вид промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	
Общая трудоемкость часы	324	
зачетные единицы	9	

5. Структура и содержание преддипломной практики ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ 5 курс, IX семестр

1. Подготовить и провести PR-мероприятие по продвижению имиджа компании, в которой они проходят практику, и написать первый вариант текста ВКР.
2. Написать Введение и 1 главу.
3. Написать по результатам исследования 2 главу и Заключение.
Для написания параграфа 2.1.:
4. Сформулировать цель и задачи специального мероприятия.
5. Проанализировать параметры внешней и внутренней среды организации. Сделать SWOT-анализ.
6. Провести анализ и оценку существующего положения компании, указать причины, приведшие к началу PR-кампании.
7. Выделить и проанализировать целевую аудиторию.
8. Определить каналы коммуникации с целевой аудиторией. Обосновать выбор СМИ. Составить медиакарту, дать медиапортрет: 2 газет, 2 журналов (1 специализированный), 2 телеканалов, 2 интернет-порталов, 2 радиостанций. Обосновать использование других средств коммуникации.
9. Разработать сценарий специального мероприятия.
10. Составить график проведения мероприятия в виде таблицы. В графике указываются название события, сроки проведения, ответственные лица и задействованные каналы коммуникации.
11. Составить бюджет, подсчитать расходы на проведение PR-кампании. В таблице отразить мероприятия, ресурсы, необходимые для их осуществления, и их стоимость.

Для написания параграфа 2.2.:

12. Определить критерии оценки эффективности кампании, конечные цели, которые планируется достигнуть после завершения мероприятия.
11. Подготовить презентацию к защите ВКР.

ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ Б2.В.01(У) УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Цель учебной практики - постепенное закрепление, расширение и систематизация знаний, полученных при изучении учебных дисциплин на основе изучения деятельности базы практики, получение обучающимися первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

Задачи учебной практики:

- обобщение, систематизация, конкретизация и закрепление теоретических знаний на основе изучения опыта работы базы практик;
- приобретение опыта организационной и правовой работы в целях приобретения навыков самостоятельной работы по решению стоящих перед ними задач;
- изучение и анализ медиапространства Самарской области;

- оценка поступающей в СМИ информации об исследуемом объекте;
- разработка рекомендаций по совершенствованию информационной политики изучаемого объекта;
- рассмотрение способов организации PR-кампаний;
- овладение методами аналитической и самостоятельной научно-исследовательской работы по изучению принципов PR-деятельности и экономического функционирования организаций, действующих на основе государственной и иных форм собственности по различным областям финансово-хозяйственной деятельности;
- обучение технологиям проведения специальных событий, акций;
- развитие языковой и коммуникативной компетенции обучающихся формирование у них готовности к эффективной коммуникации в различных сферах профессиональной деятельности;
- сбор необходимых материалов для подготовки и написания курсовых работ и отчета по прохождению практики.

2. Место практики в структуре ОПОП ВО:

Раздел Б2.В.01 (У) «Практики» ОПОП ВО.

Практика является обязательным разделом образовательной программы и представляет собой особый вид учебной деятельности, непосредственно ориентированный на профессионально-практическую подготовку обучающихся Университета. Учебная практика в структуре ОПОП ВО располагается в Блоке 2. Практики и относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Шифр учебной практики: Б2.В.01(У) Учебная практика: профессионально-ознакомительная практика.

3. Требования к результатам практики

Организация и прохождение практики направлены на формирование следующих компетенций:

УК-1 - способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности;

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

Знать:

- основы работы в отделах рекламы/связей с общественностью;

- правила создания текстов рекламы и связей с общественностью, принципы литературного редактирования, копирайтинга;
- 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, приемы и принципы планирования, подготовки и проведения коммуникационных кампаний и мероприятий;
- порядок подготовки к выпуску, производству 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;

Уметь:

- осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- писать рекламные сообщения и тексты для мероприятий по связям с общественностью, приемы литературного редактирования, копирайтинга;
- планировать и готовить 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;
- 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;

Владеть:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- 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;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- 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;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологических исследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов.

4. Общая трудоемкость практики составляет 6 зачетных единиц (216 часов).

Практика проводится во 2 семестре – 4 недели. Сроки практики четко устанавливаются (аттестация во 2 семестре – зачет). – Всего 216 часов (6 з.е.).

Вид учебной работы	Всего часов/ зачетных единиц	Семестр
Итого академических часов по плану	216	2
Самостоятельная работа	216	
Вид промежуточной аттестации	Зачет	
Общая трудоемкость часы	216	
зачетные единицы	6	

5. Структура и содержание учебной практики

1 КУРС, II СЕМЕСТР

Данная практика предусматривает изучение одного из базовых методов работы специалиста по связям с общественностью – информационного аудита. Под информационным аудитом понимается изучение определенного объема прессы с целью выявления присутствия в СМИ материалов об организации или личности (паблисити). Для исследования СМИ используется метод контент-анализа, охватывающий как количественные, так и качественные характеристики объекта.

Главным источником материалов для информационного аудита являются средства массовой информации (масс-медиа), а в качестве итогового документа выступает медиапортрет – образ исследуемого объекта в информационном пространстве, который характеризует качество присутствия в медиаконтенте.

Во время практики обучающийся занимается изучением публикаций об определенной организации или персоне. Указанная организация или персона именуется в дальнейшем «объектом изучения» и выбираются обучающимся из предоставленного списка (или определяются самостоятельно и согласовываются с руководителем практики).

Объем источников для исследования обозначается заранее и не может быть изменён обучающимся в ходе выполнения работы.

При прохождении всех видов практик сохраняется преемственность изучаемого материала. Наиболее эффективный вариант - прохождение всех видов практик в одной организации. Обучающемуся необходимо дополнять собранный на предыдущей практике материал, материалом из соответствующих разделов, предусмотренных для рассмотрения в период очередной практики. В случае если место прохождения практик будет меняться, подлежат изучению на объекте исследования все разделы, предусмотренные программой и заданием на практику.

Индивидуальное задание № 1 на практику I курс, 2 семестр

1. Изучение схемы информационного аудита организации:

Анализируемые источники. В этом разделе необходимо представить структурированный список источников анализируемой информации, в котором в алфавитном порядке перечисляются конкретные СМИ: пресса (газеты и журналы, массовые и специализированные издания), ТВ-каналы, радиостанции, интернет-ресурсы. Структурировать источники можно по тематике, целевым аудиториям, массовости распространения, популярности и т.д. в зависимости от целей исследования. Здесь же указывается объем выборки за определенный срок, например, 150 единиц материалов СМИ (новостей, анонсов, статей, интервью, обзоров и т.д.) за 2020-2022 годы.

Темы. После обработки из всего массива информации выделяют основные направления, по которым СМИ характеризуют наш объект. Темы получают краткое обозначение и представляются на линейной диаграмме в виде рейтинга по убыванию популярности (в процентном выражении от общего количества источников информации, которое берется равным 100%). К диаграмме прилагается комментарий с расшифровкой тем и пояснением выявленных особенностей.

Оценки. Все оценки, представленные в различных источниках, подразделяют на четыре группы: положительные (+), отрицательные (-), сбалансированные (+/-), нейтральные (0). Их процентное соотношение представляется графически. Далее определяется, какие оценки преобладают в том или ином издании, в зависимости от этого источники группируются. Перечень групп с пояснениями сопровождает общий график.

Позиции. Для более подробного представления результатов анализа в Дополнительном разделе «Позиции» можно привести фрагменты отдельных статей, наиболее ярко характеризующих отношение конкретного источника к нашему объекту. Основные позиции, занимаемые СМИ, интересны контекстом и подтекстом, особенностями стиля, полутонами, настроением. Эти категория трудно передать косвенной речью, и поэтому лучше привести конкретные яркие примеры - выдержки из статей разных изданий. Прием цитирования позволяет заказчику составить собственное представление о данном издании, так как основан на принципе «лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать». Цитирование нагляднее субъективных описаний исследователя.

Требования к использованию этого приема включают краткость (малый объем) и концентрированность аналогично с sample - представлением образца товара в магазине.

Тенденции: экспертные мнения - дополнительный раздел, в котором можно ознакомиться с мнением независимых экспертов, специалистов, работающих в той сфере, к которой относится исследуемый объект. Здесь рецепт борьбы с выявленными проблемами могут предложить профессионалы в данной области - «товарищи по цеху».

Выводы и рекомендации. В наиболее важном заключительном разделе необходимо четко назвать выявленные в ходе анализа проблемы, обоснованные статистически, и предложить рекомендации по их коррекции. Как справедливо отмечают практики, аналитик представит вам больше всего полезной информации, но главная сложность состоит не в том, как понять его слова, а в том, как понять связь между отдельными предложениями и что, в конце концов, со всем этим делать.

2. Составление медиапортрета организации (персоны), согласно следующих принципов создания медиапортрета:

- индивидуальный подход.
- креативность;
- визуализация;
- практичность.

3. Составление карты СМИ:

- выявить присутствие в СМИ материалов об организации или личности (паблисити)

4. Ведение дневника практики.

5. Составление отчета по практике.

В отчете по практике перечисленные вопросы отразить в соответствующих разделах отчета и заключении.

6. Составитель: к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций А.Н. Анисимова

БЛОК 3. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ

Б 3	Государственная итоговая аттестация		ЗЕТ
Б3.Б.01(Г)	<p>Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена</p> <p>В соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» в состав итогового экзамена включены следующие разделы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Теория и практика рекламы 2. Теория и практика связей с общественностью 3. Основы интегрированных коммуникаций. 	<p>УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10 ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПКО-1; ПКО-2; ПК-2; ПК-4</p>	1,5
Б3.Б.02(Д)	<p>Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы (далее - ВКР) является обязательным этапом государственной итоговой аттестации. ВКР</p>	<p>УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8;</p>	7,5

	представляет собой выполненную обучающимся работу, демонстрирующую освоение компетенций и уровень подготовленности обучающегося к самостоятельной профессиональной деятельности.	УК-9; УК-10 ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7 ПКО-1; ПКО-2; ПК-2; ПК-4	
--	--	--	--

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»

1. Цели и задачи ГИА.

Государственная итоговая аттестация (далее – ГИА) завершает освоение ОПОП ВО и представляет собой форму оценки степени и уровня освоения обучающимися ОПОП ВО 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 направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в системе государственного и муниципального управления (уровень бакалавриата) и оценки результатов освоения компетенций в процессе ГИА.

Задачи ГИА предусматривают следующие требования к профессиональной подготовке выпускника, претендующего на получение диплома специалиста по связям с общественностью:

- способность самостоятельно, творчески мыслить, демонстрировать понимание сути предметов и явлений, формулировать свою позицию, точку зрения по возникающим вопросам, свое мировоззрение;
- способность комплексно подходить к ответам на вопросы, демонстрируя не только глубину понимания проблемы, вопроса, но и понимание существующих межпредметных связей, возникающих в обсуждаемой области;
- выявление уровня подготовленности выпускников к выполнению профессиональных задач в установленных ФГОС ВО видах деятельности.

Государственная итоговая аттестация выпускников, завершающих обучение по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью направленность (профиль) «Медиапространство и медиаиндустрия»», является обязательной.

2. Место ГИА: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена в структуре ОПОП ВО:

Государственная итоговая аттестация является базовой частью ОПОП ВО, состоит из двух этапов:

- БЗ. 01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- БЗ.02(Д) Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

3. Требования к организации и проведению государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация направлена на 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:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

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-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и

возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

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 на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью к самоорганизации и самообразованию;
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- 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;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- 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;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологических исследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;
- навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
- навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

4. Общая трудоемкость Государственной итоговой аттестации выпускников: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена - 1,5 зачетные единицы (54 часа)

5. Содержание ГИА: Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

В соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Медиапространство и медиаиндустрия» в состав итогового экзамена включены следующие разделы:

4. Теория и практика рекламы
5. Теория и практика связей с общественностью
6. Основы интегрированных коммуникаций

6. Составитель: к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций А.Н. Анисимова

Б3.02 (Д) ПОДГОТОВКА К ПРОЦЕДУРЕ ЗАЩИТЫ И ЗАЩИТА ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ РАБОТЫ

1. 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

2. Место подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы в структуре ОПОП ВО:

Государственная итоговая аттестация является базовой частью ОПОП ВО, состоит из двух этапов:

- Б3.01(Г) Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена;
- Б3.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты.

3. Требования к подготовке к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы

Государственная итоговая аттестация направлена на 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:

УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

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-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)

УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни

УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

УК-9 - Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению

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-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности

ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

ПКО-1. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

ПКО-2. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-2. Способен строить свою профессиональную деятельность на основе принципов открытости, доверия и корпоративной социальной ответственности

ПК-4. Способен к разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью

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 на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- способностью к самоорганизации и самообразованию;
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности;
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;
- знаниями и навыками работы в отделах рекламы/связей с общественностью;
- базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, навыками литературного редактирования, копирайтинга;
- умением планировать и готовить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- умением осуществлять под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности;
- 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;
- навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;
- навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;
- навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- навыками реализовывать проекты и методами их реализации;
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- 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;
- навыками проведения маркетинговых исследований;
- навыками организации и проведения социологических исследований;
- навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов;

- навыками осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации;
- навыками осуществления под контролем рекламных кампаний и мероприятий;
- навыками реализации знаний в области рекламы как сферы профессиональной деятельности;
- навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве;
- навыками осуществления под контролем подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы.

Обучающийся должен

4. Общая трудоемкость Государственной итоговой аттестации выпускников: подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы, - 162 часов, 4,5 зачетные единицы.

5. Содержание ГИА: подготовки к процедуре защиты и защиты выпускной квалификационной работы по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

С учетом основных требований к уровню подготовки, знаниям, умениям и навыкам, предъявляемых соответствующими Федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования по специальности, определяющими назначение, профессиональный потенциал и квалификацию выпускников, совокупность, последовательность преподавания и содержание дисциплин и видов учебных занятий, предусмотренных соответствующими профессиональными программами и учебными планами, состав итогового экзамена по специальности должен различаться.

В соответствии с государственными требованиями к минимуму содержания и уровню подготовки по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (методическими материалами, рекомендуемыми базовыми вузами родственного профиля) в процедуру защиты ВКР включены следующие этапы.

1. Объявление председателя на заседании ГЭК о защите ВКР, сообщение темы ВКР, фамилии обучающегося, руководителя ВКР, представление слова обучающемуся.

2. Сообщение обучающегося, в котором в сжатой форме обосновывается актуальность темы исследования, его цели и задачи; излагаются результаты анализа, и дается оценка фактического состояния изучаемой проблемы, выявляются сильные и слабые стороны деятельности организации; даются рекомендации, предлагаются мероприятия по решению изучаемой проблемы, разработанные автором, намечаются пути использования вскрытых резервов, устранения недостатков в управленческой и экономической деятельности. Продолжительность сообщения обучающегося составляет 10 минут.

3. Ответы обучающегося на вопросы членов ГЭК.

4. Выступления руководителя ВКР. При отсутствии руководителя ВКР отзыв руководителя ВКР зачитывает секретарь на заседании ГЭК.

5. Ответы обучающегося на замечания, приведенные в отзыве руководителя ВКР.

Защита ВКР является обязательной формой ГИА и проводится на открытом заседании ГЭК. Продолжительность защиты ВКР составляет, как правило, не более 30 минут. Результаты защиты ВКР объявляются в день ее проведения. Оценка по результатам защиты ВКР вносится в протокол заседания ГЭК по защите ВКР, зачетную книжку обучающегося и экзаменационную ведомость.

6. Составитель: к.филол.н., доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций А.Н. Анисимова

ФТД. ФАКУЛЬТАТИВНЫЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аннотация дисциплины ФТД. 01 Подготовка и исполнение публичного выступления

1. Цель освоения дисциплины: формирование коммуникативной компетентности обучающихся по созданию и публичному исполнению выступлений различных видов и жанров.

Задачи:

- знакомство с основными жанрами и принципами построения публичной речи;
- формирование общей речевой культуры и коммуникативных способностей обучающихся;
- овладение навыками ораторских приемов, позволяющих наиболее эффективно воздействовать на слушателей, быть услышанным и понятым аудиторией.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к блоку ФТД и выходит за рамки учебного плана.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен

знать:

- основные принципы построения публичного выступления (формулировка темы и цели, учет особенностей аудитории, особенности композиции и содержания текста);
- основные характеристики голоса, невербальных средств общения как основных элементов внешней техники; элементы внутренней техники (техника мышечной свободы, техника многоплоскостного внимания, техника заражения внутренними видениями – визуализация) и др.

уметь:

- выстраивать композицию публичного выступления;
- работать с текстом публичного выступления;
- использовать элементы внешней и внутренней техник речевого воздействия в практике публичных выступлений;

владеть:

- навыками грамотного формулирования темы и цели публичного выступления с учетом особенностей аудитории.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Публичное выступление как средство формирования коммуникативной компетентности педагога. Особенности построения публичной речи (информационная, убеждающая, протокольно-этикетная, развлекательная).

Учет особенностей аудитории (состав слушателей, уровень мотивации, уровень знакомства слушателей с предметом обсуждения, настрой аудитории и др).

Формулировка темы и цели публичного выступления

Формирование визуального образа оратора с учетом целевой аудитории.

Установление контакта с аудиторией и удержание внимания слушателей.

Изучение особенностей выступления перед негативно настроенной аудиторией.

Содержание и композиция публичного выступления.

Композиционное построение текстов публичных выступлений различных жанров.

Внешние и внутренние техники речевого воздействия.

Характеристика голоса как основного элемента внешней техники (интонация, мелодика, громкость, темп речи, паузы, интонационная разметка текста).

Элементы внутренней техники: техника мышечной свободы, техника многоплоскостного внимания, техника заражения внутренними видениями (визуализация) и др.

Структура визуального образа оратора: внешность, одежда, манеры, контакт со слушателями и др.

Невербальные средства общения.

Интерпретация телодвижений участников коммуникации.

Изучение особенностей выступления перед негативно настроенной аудиторией.

Презентация публичного выступления.

6. Составитель: кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций Л.А. Горшкова

Аннотация рабочей программы дисциплины ФТД.02. «Коммуникационный потенциал текста»

1. Цель освоения дисциплины: расширение и углубление языковедческой подготовки специалиста по связям с общественностью; обучение сознательному подходу к языковым фактам и использованию языковых средств в зависимости от конкретных условий речевого общения.

Задачи:

- знакомство с основными языковыми особенностями текстов различных стилей;
- формирование умения грамотно подбирать к каждому тексту стилистические уместные лексические единицы и синтаксические конструкции;
- овладение навыками правки текста с позиций точности, грамотности, простоты восприятия, усиления выразительности.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина относится к блоку ФТД и выходит за рамки учебного плана.

3. Требования к результатам освоения дисциплины:

Компетенции, формируемые в результате освоения данной дисциплины:

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

В результате изучения дисциплины обучающийся должен знать:

- теоретические основы стилистики и литературного редактирования;
- специфику текста как языковой единицы и как объекта литературного редактирования;
- основные приемы и принципы редакторской правки текста.

уметь:

- строить и редактировать тексты разных функциональных стилей.

владеть:

- навыками составления текстов различных функциональных стилей в соответствии с жанровыми требованиями, законами композиции, правилами русского языка;
- навыками использования богатого лексического запаса с учетом нюансов в значениях слов;
- навыками отбора стилистически адекватных языковых средств в зависимости от задачи составляемого текста;
- принципами редактирования текстов разных жанров с учетом принятой системы специальных редакторских терминов и знаков.

4. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы (72 часа).

5. Основные разделы дисциплины:

Функциональные стили современного русского языка.

Особенности устной публичной речи; язык и стиль массовой коммуникации.

Стилистические ресурсы лексики и фразеологии, морфологии и синтаксиса.

Лексическая стилистика. Работа редактора над лексикой рукописи.

Грамматическая стилистика. Редакторская оценка использования форм частей речи.

Грамматическая стилистика. Работа редактора над синтаксическими конструкциями.

Критерии редакторской оценки стилевой и эстетической сторон рукописи.

Методика редакторского анализа и правки текста.

Тропы и стилистические фигуры.

6. Составитель: кандидат филологических наук, доцент кафедры филологии и массовых коммуникаций Л.А. Горшкова.

5.5. Особенности организации работы по ОП для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Разработка АОП для лиц с ОВЗ и/или инвалидностью определяются индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии), рекомендациями заключения ПМПК (при наличии) и осуществляются по заявлению обучающегося (законного представителя). Обучение инвалидов и лиц с ОВЗ может быть организовано по индивидуальному учебному плану с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (по заявлению обучающегося, законного представителя). Срок получения высшего образования при обучении по индивидуальному учебному плану для инвалидов и лиц с ОВЗ и/или инвалидностью при необходимости может быть увеличен, но не более чем на один год по образовательной программе бакалавриата.

Сопровождение учебного процесса, предполагающее построение индивидуальной образовательной траектории, консультирование педагогических и иных работников университета по вопросам организации учебного процесса и взаимодействия с обучающимися с ОВЗ и/или инвалидностью осуществляется психологами СФ МГПУ.

Среди инвалидов и лиц с ОВЗ, осваивающих программы высшего образования, могут быть обучающиеся с нарушениями слуха, зрения, речи, опорно-двигательного аппарата, с расстройствами аутистического спектра (высокофункциональный аутизм), общими (соматическими) заболеваниями. При разработке адаптационных дисциплин (модулей) учитываются следующие особенности студентов с ОВЗ и студентов-инвалидов:

- особенности приема, переработки, хранения и воспроизведения информации;
- специфические особенности процесса формирования понятий;
- снижение темповых характеристик деятельности;
- снижение работоспособности при длительных умственных и физических нагрузках;
- трудности адаптации к новым условиям;
- ограничение возможностей полноценного социального взаимодействия.

Адаптационные дисциплины (модули) включаются в вариативную часть ОП ВО, в том числе, в факультативные дисциплины. Вследствие неоднородности состава обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью степень и задачи адаптации образовательной программы в образовательном учреждении могут быть различными.

Конкретный перечень адаптационных дисциплин (модулей) разработчик ОП ВО определяет самостоятельно, исходя из особенностей программы профессиональной подготовки и индивидуальных образовательных потребностей обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью.

С учетом закономерностей психофизического развития для обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью различных нозологий рекомендуются адаптационные дисциплины (модули):
- раскрывающие технологии планирования и организации самостоятельной учебной деятельности;

- формирующие способность к поиску и систематизации информации;
- знакомящие/совершенствующие навыки работы с ассистивными устройствами и технологиями, в том числе, с техническими устройствами, обеспечивающими будущую профессиональную деятельность выпускника;
- направленные на преодоление проявлений инвалидизации личности и развивающие способность к самостоятельному, продуктивному межличностному взаимодействию;
- углубляющие профессиональную подготовку и обеспечивающие обучающегося с ОВЗ и/или инвалидностью знаниями, умениями и навыками, которые повышают его конкурентную способность в процессе трудоустройства.

Создание специальных условий для обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью реализуется в процессе использования технических средств обучения и ассистивных технологий, сопровождения обучающегося с ОВЗ и инвалидностью ассистентом, сурдо-, тифло-, сурдотифлопереводчиком; адаптации технологий обучения и оценки результатов обучения.

Технические средства обучения и ассистивные технологии предоставляются по заявлению обучающегося (законного представителя). Выбор технических средств обучения и ассистивных технологий, используемых в процессе образовательной деятельности, регламентируется индивидуальной программой реабилитации (при наличии) и особыми образовательными потребностями обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью.

Адаптация технологий обучения и оценка результатов обучения носит индивидуальный характер в связи с широким диапазоном различий в особых образовательных потребностях: увеличение числа технологий и форм их использования в образовательном процессе с целью совершенствования получения, переработки и систематизации и воспроизведения учебной информации, обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью; обеспечение печатными и/или электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к особенностям психофизического развития обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью (в том числе в форме аудио- или видео- файла, файла в формате daisy); использование дистанционных образовательных технологий, обеспечивающих наличие обратной связи на постоянной основе; обеспечение возможности самопроверки вне зависимости от формата предлагаемых учебных материалов; дозирование учебных нагрузок и предоставление дополнительного времени обучающемуся во время самостоятельной работы, процедур текущего контроля и промежуточной аттестации; выбор формы предоставления инструкции и заданий, формы ответов обучающихся с ОВЗ и/или инвалидностью (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере и др.) во время процедур текущего контроля и промежуточной аттестации; создание специальных условий прохождения ГИА по заявлению обучающегося с ОВЗ и/или инвалидностью.

При определении мест прохождения учебной, производственной и иных видов практик обучающегося с ОВЗ и/или инвалидностью учитываются:

- возможности обеспечения обучающихся специальными условиями доступа и пребывания на территории организации практики;
- рекомендации индивидуальной программой реабилитации относительно рекомендованных условий и видов трудовой деятельности.

5.6. Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) и практикам

Всеми кафедрами, участвующими в реализации данной ОП, созданы и утверждены фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

В состав каждой рабочей программы входит раздел «Фонд оценочных средств». Разработаны критерии оценки. Практикуются разнообразные оценочные средства:

контрольные работы; тесты; проект, дискуссия, эссе, коллоквиум, круглые столы и др., в том числе при проведении промежуточной аттестации. Фонды оценочных средств промежуточной аттестации формируются и отдельным элементом.

Оценочные средства, сопровождающие реализацию ОП, разработаны для проверки качества формирования компетенций и являются действенным средством не только оценки, но и обучения.

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 известны и доступны как проверяющим, так и обучающимся до выполнения контрольного задания.

Для текущей аттестации используются 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.

Для того, чтобы названные формы контроля стали оценочными материалами, указаны 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 используются инновационные средства. К таким средствам оценивания относятся форма 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.

5.7. Воспитательная работа с обучающимися

В Самарском филиале ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» (далее СФ МГПУ) создана и поддерживается среда, обеспечивающая возможность формирования общекультурных компетенций обучающегося, комплексного личностного развития выпускников, а также непосредственно способствующая освоению основной ОПОП ВО. Основной инструмент формирования социокультурной среды вуза – воспитательная и социальная работа с обучающимися.

Организация воспитательной работы в филиале осуществляется на основе взаимодействия учебных, административных, общественных и самодетельных структур и реализуется на всех уровнях: в образовательном процессе, во внеучебное время, в процессе межличностных контактов. Воспитательная деятельность направлена на развитие личности, создание условий для самоопределения и социализации обучающихся на основе

социокультурных, духовно-нравственных ценностей и принятых в обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества и государства.

Локальные нормативные документы вуза, регламентирующие воспитательную и социальную работу в вузе, и программу развития общекультурных компетенций обучающихся основаны на следующих федеральных и ведомственных нормативных актах:

- Федеральный Закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

- Федеральный Закон от 31.07.2020г. № 304-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации по вопросам воспитания обучающихся»;

- Основы государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года (утверждены распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 ноября 2014 г. № 2403-р);

- Концепция содействия развитию благотворительной деятельности и добровольчества в Российской Федерации (одобрена распоряжением Правительства Российской Федерации от 30 июля 2009 г. № 1054-р);

- Постановление Правительства РФ от 14 ноября 2014 г. № 1190

- «О Правилах определения размера платы за коммунальные услуги, вносимой нанимателями жилых помещений в общежитиях, входящих в жилищный фонд организаций, осуществляющих образовательную деятельность, по договорам найма жилого помещения в общежитии»;

- Постановление Правительства РФ от 17 декабря 2016 г. № 1390

- «О формировании стипендиального фонда», приказ Минобрнауки России от 27 декабря 2016 г. № 1663 «Об утверждении порядка назначения государственной академической стипендии и (или) государственной социальной стипендии студентам, обучающимся по очной форме обучения за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, государственной стипендии аспирантам, ординаторам, ассистентам-стажерам, обучающимся по очной форме обучения за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, выплаты стипендий слушателям подготовительных отделений федеральных государственных образовательных организаций высшего образования, обучающимся за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета» и др.

В университете разработана и реализуется «Концепция организации воспитательной работы в СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»».

В воспитательную работу СФ МГПУ вовлечены структурные подразделения, студенческие организации: Центр молодежной инноватики, отдел творческого развития обучающихся (танцевальная студия, вокальная студия, вокальная студия), театральная студия, с текущего учебного года планируется перезапуск; команда КВН, спортивные секции под руководством В.И. Рослякова, К.А. Синева, штаб студенческих отрядов и партнёры вуза. Значительную роль в воспитательном процессе играет работа начальника отдела молодежной политики и социальной работы Солнцева А.В., заместителей деканов факультетов по воспитательной работе, кураторов студенческих групп и студенческих кураторов 1 курса, которые начали свою деятельность в этом учебном году.

Информационное сопровождение воспитательной работы осуществляется благодаря официальным интернет-ресурсам СФ МГПУ, а также в новой группе Внеучебной работы в социальной сети Вконтакте. В этом года была создана онлайн база первокурсников, где они могли рассказать о своих способностях и талантах.

Воспитательная и социальная работа с обучающимися в вузе реализуется на нескольких уровнях – уровне вуза; уровне факультетов; уровне выпускающих кафедр и

других структурных подразделений. В рамках осуществления внеучебной работы со студентами организовано активное взаимодействие вуза с ветвями региональной власти различного уровня, общественными организациями и объединениями города, области и страны в целом.

На уровне вуза координацию и организацию воспитательной и социальной работы осуществляет заместитель директора по воспитательной работе, руководитель социальных проектов и программ, и специализированное структурное подразделение (отдел воспитательной работы). Основные функции отдела воспитательной работы СФ МГПУ:

- разработка и доработка методической и нормативно-правовой документации, регламентирующей воспитательную деятельность, а также социальную работу в вузе;
- формирование и согласование плана работы и сметы расходов на организацию студенческих мероприятий в рамках внеучебной деятельности вуза;
- координация мероприятий, проводимых на факультетах в рамках внеучебной работы;
- организация и реализация культурно-творческих, спортивных, общественных, социально-значимых мероприятий вузовского, регионального, всероссийского и международного уровней в рамках внеучебной деятельности вуза;

Повседневная работа со студентами осуществляется деканами факультетов, заместителями деканов факультетов по воспитательной работе, кураторами учебных групп.

Типовые направления деятельности кураторов:

- помощь в быстрой и успешной адаптации первокурсников к новым для них условиям, к жизни в университете;
- ознакомление обучающихся с историей университета, его традициями;
- ознакомление студентов с нормативными правовыми документами университета;
- создание из студенческой группы обучающихся организованного сплоченного коллектива;
- содействие решению социально-бытовых проблем, посещение общежитий;
- формирование мотивации здорового образа жизни;
- помощь в эффективном использовании учебного и внеучебного времени, развитие творческого потенциала обучающихся;
- содействие развитию студенческого самоуправления и др.

Ежегодно на базе СФ МГПУ организуются и проводятся более 150 крупных культурно-творческих, общественных, физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий для обучающихся вуза, таких как выездная школа студенческого актива «Студзима», осенняя и весенняя Спартакиада студентов, концертные мероприятия «Посвящение в студенты» и «Студвесна», День Знаний, традиционное мероприятие на День Российского Студенчества с публичной лекцией об истории праздника и интеллектуальной игрой, День Русской Традиционной Культуры, регулярные интеллектуальные игры «Что? Где? Когда?» и др.

Ведущим направлением в воспитательной работе со студентами Филиала является формирование патриотизма, гражданственности, расовой, этнической, религиозной толерантности, гуманизма.

К самым значимым мероприятиям с участием студентов относятся социально-политические и культурно-патриотические акции общероссийского масштаба, в которых они выступают в качестве участников и соисполнителей: Фестиваль студентов, в рамках которого организуется работа презентационной площадки СФ ГАОУ ВО МГПУ, Торжественно-праздничное мероприятие, посвященное Дню народного единства. СФ МГПУ

успешно принимает участие в областном конкурсе «Студент года».

Формированию патриотизма и гражданственности обучающихся, их высоких морально-нравственных качеств содействуют межрегиональные и региональные социально-значимые акции «Парад памяти», «Диктант Победы». С активным участием студентов Филиала проходят общероссийские мероприятия, посвященные Победе в Великой Отечественной войне: возложение цветов к Вечному огню на площади Славы, общероссийская акция «15 дней до Великой Победы», акция «Бессмертный полк».

Воспитанию этнической толерантности студентов содействует посещение фестивалей и выставок, проводимых на территории Исторического парка «Россия - Моя История. Самара», участие во Всероссийской акции «Большой этнографический диктант».

Гражданской социализации студентов содействует работа Юридической клиники СФ МГПУ (руководитель – С.В. Глухова), проводящей еженедельные юридические консультации для студентов и граждан.

На постоянной основе и под заметным влиянием Студенческого клуба и Штаба студенческих отрядов СФ МГПУ развивается волонтерское движение. Студенты Филиала участвовали в форуме добровольцев «Неслучайные истории», стали участниками и организаторами акций «День донора» и «Ёлка желаний».

Гражданско-патриотический характер носят воспитательные мероприятия в рамках субботников по уборке городских территорий и территорий, прилегающих к корпусам Филиала.

В воспитательной системе вуза особое место занимает направление, связанное с духовно-нравственным и эстетическим развитием студентов.

Приоритетом для Филиала в проектной деятельности является приглашение в студенческую команду проекта преподавателей, выпускников, работодателей и других партнеров.

В воспитательном процессе допускается и поощряется использование разнообразных форм воспитательной работы: индивидуальные, групповые и массовые; мероприятия и игры; кратковременные, продолжительные и долговременные; трудовые, спортивные, художественные, общественные и др.

Нравственные идеалы студентов, их моральные позиции находят отражение в воспитательных мероприятиях, посвященных особым категориям населения и носящих благотворительный характер. К ним относятся: встречи студентов с ветеранами педагогического труда, Советом ветеранов Промышленного района, Благотворительные новогодние и рождественские вечера в интернатах и домах ребенка области.

В 2019 году студентами филологического факультета было образовано первое литературное сообщество СФ МГПУ «Квадрат». В Филиале действует театральная студия, силами которой были поставлены драма А.П. Сумарокова «Гамлет» и комедия И.С. Тургенева «Месяц в деревне».

Профессионально-трудовое воспитание и формирование корпоративной культуры органично связано с образовательным процессом и всей деятельностью Филиала.

Профессионально-трудовое воспитание студентов реализуется, прежде всего, во время прохождения разных видов практики – учебной и производственной, где студенты работают под руководством представителей работодателей и приобретают опыт профессиональной работы и общения в трудовом коллективе.

В рамках воспитательной работы проводятся такие мероприятия, как «День знакомства с профессией», Праздничное мероприятие, посвященное Дню Российского студенчества (Татьянин день), выездная школа студенческого актива «СтудЗима».

Большую роль в профессионально-трудовом воспитании играют мероприятия, организуемые заместителями деканов в рамках воспитательной работы факультета, ежегодный День знаний с концертной программой и образовательными квестами, «Посвящение в студенты»; поздравление с Днем защитника Отечества 23 февраля, 8 марта,

днём Учителя.

В СФ МГПУ активно осуществляется пропаганда здорового образа жизни, предпринимаются все необходимые меры для охраны здоровья обучающихся, оздоровления студентов, развития физкультуры и спорта в рамках преподавания дисциплины «Физическая культура» и элективных дисциплин по физической культуре и спорту, а также в соответствии с государственной программой Российской Федерации «Развитие физической культуры и спорта» (в ред. Постановления Правительства РФ от 30.03.2017 № 362). Ежегодно проводятся спортивные мероприятия с участием студентов всех факультетов: Всероссийский день бега «Кросс наций», внутривузовские межфакультетские соревнования. В студенческих группах в индивидуальной форме проводились воспитательные беседы о вреде табака, алкоголя и употребления наркотических веществ. Проводятся акции по пропаганде здорового образа жизни.

В филиале образован студенческий совет, деятельность которого направлена на представление прав студенчества на ученом совете филиала, выработка предложений по улучшению совместной работы обучающихся и преподавателей, организацию массовых творческих мероприятий. В рамках развития студенческого самоуправления Студенческий совет СФ МГПУ тесно взаимодействует с Молодёжным Парламентом Самарской области, с территориальной общественной организацией «Российский союз молодежи» в Самарской области и с региональной молодежной общественной организацией «Студенческий совет Самарской области». Студенческий актив принимает участие в организации Дня адаптации первокурсников и выездной школы «СтудЗима». При непосредственном участии студенческого актива функционирует студенческий пресс-центр СФ МГПУ и «Совет старост СФ МГПУ».

В СФ МГПУ большое внимание уделяется подготовке и реализации культурно-досуговых мероприятий. Прилагаются усилия к тому, чтобы культурно-досуговая деятельность студентов филиала была насыщенной и разнообразной, решала задачи духовно-нравственного и эстетического воспитания, помогала предотвращать правонарушения и асоциальное поведение среди молодежи.

№	Наименование	Дата проведения	Количество человек
1.	День знаний	1 сентября	300
2.	День адаптации первокурсников	3 сентября	300
3.	Посещение концертного мероприятия «Гастроли Российской студенческой весны»	3 сентября	20
4.	Спартакиада среди первокурсников(осенний семестр)	В течение семестра	54
5.	Организационное собрание творческих коллективов	8-9 сентября	30-50
6.	Репетиции студенческого дебюта	В течение сентября	30-50
7.	Участие в премии «Студент года 2023»	В течение семестра	10
8.	Участие в школе студенческого актива Самарской области «Кузница кадров»	15 сентября	3
9.	Студенческий дебют	28 сентября	2000

ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Медиапространство и медиаиндустрия
уровень бакалавриата

10.	Танцевальный четверг	7 октября	24 человека
11.	Концертное мероприятие посвященное «Дню учителя»	5 октября	36
12.	Репетиции танцевальной студии СФ МГПУ	В течении учебного года	23
13.	Образовательный форум «Студвесна»	28 октября	25
14.	Подготовка видеоролика посвященного Всемирному Дню студента	10 ноября	15
15.	Выездная школа Волонтеров МГПУ	3-7 декабря	
16.	Выездная школа КВН	3-7 декабря	
17.	Интеллектуальная игра IQQR	29 ноября	40
18.	Повышение квалификации ОТРО в г. Казани	декабрь	3
19.	Подготовка «Зимнего Акустического вечера»	1-15 декабря	30
20.	«Зимний Акустический вечер»	15 декабря	50
21.	Участие в играх КВН различных лиг	В течении года	10
22.	4 ежегодный новогодний капустник	27 декабря	40
23.	Съемка отчетного танцевального видео за 1 полугодие	30 декабря	10
24.	Празднование «Дня российского студенчества»	25-26 января	150 человек
25.	Участие в проектах РСВ	Январь-май	30 человек
26.	Участие в работе корпуса общественных наблюдателей	В течение семестра	20 человек
27.	Подготовка концерта «Студенческая Весна» на факультетах	Январь-февраль	50 человек
28.	Конкурс факультетских концертов «Студенческая весна»	3 марта	50 человек
29.	Подготовка конкурсного концерта «Студенческая весна СФ МГПУ»	Январь- март	130 человек
30.	Форум «Культорги»	7-9 марта	2 человека
31.	участие в региональном отборочном турнире интеллектуально-развивающей игре «Что? Где? Когда?»	10 марта	6
32.	Студенческая весна СФ МГПУ «Поколение СФ»	21 марта	Весь вуз
33.	Ламповый вечер	5 апреля	20 человек
34.	Участие в гала-концерте ССВ	13 апреля	15 человек

35.	Митинг-концерт посвященный Дню космонавтики	12 апреля	30
36.	Участие в проектах РСВ	Январь-май	
37.	Участие в фестивале «Пресса 2020»	4 июня	10 человек
38.	Участие во всероссийской добровольческой акции «МЫВМЕСТЕ»	В течении года	40
39.	Участие в добровольческой акции «Волонтеры в медицинских учреждениях»	Январь-апрель	15
40.	«Исторический кроссворд 2021»,	26 ноября	50
41.	Торжественные мероприятия посвященные Дню Победы в Великой Отечественной войне	5 мая	60
42.	Патриотический марафон «ZARоссию»	1 – 5 мая	150
43.	акция «Бессмертный полк».	28 апреля – 9 мая	
44.	Премия «Люди МГПУ. Самарский филиал».	Апрель-июнь	250

5.8. Проведение промежуточной аттестации и текущего контроля для обучающихся с ОВЗ и инвалидностью

Для осуществления мероприятий текущего контроля успеваемости, промежуточной и государственной итоговой аттестации обучающихся-инвалидов и обучающихся с ОВЗ применяются фонды оценочных средств, адаптированные для таких обучающихся и позволяющие оценить достижение ими запланированных в образовательной программе результатов обучения и уровней сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе. Текущий контроль для обучающихся с ОВЗ и инвалидов имеет большое значение, поскольку позволяет своевременно выявить затруднения и отставание и внести коррективы в учебную деятельность. При необходимости для обучающихся с ОВЗ и обучающихся инвалидов рубежный контроль может проводиться в несколько этапов. Форма проведения промежуточной и государственной итоговой аттестации для обучающихся-инвалидов и обучающихся с ОВЗ устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

При проведении промежуточной аттестации также рекомендуется использовать такие формы как портфолио (технология накопления и систематизации информации по дисциплине), устные презентации, комментирование.

5.9. Программа 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 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки);
- 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», завершает освоение основной профессиональной образовательной программы высшего образования (далее - ОПОП ВО) обучающимися СФ ГАОУ ВО МГПУ 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 44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки) и оценки результатов освоения компетенций в процессе ГИА.

Программа ГИА включает в себя:

- перечень компетенций, которыми должен овладеть обучающиеся в результате освоения ОП ВО;
- описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкала оценивания;
- типовые контрольные задания и другие материалы, необходимые для оценки результатов освоения ОП ВО;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения ОП ВО.

Государственная итоговая аттестация включает итоговый междисциплинарный экзамен по направлению подготовки и защиту выпускной квалификационной работы.

Государственная итоговая аттестация направлена на установление соответствия уровня профессиональной подготовки выпускников требованиям ФГОС ВО.

Проведение государственной итоговой аттестации обязательно включает участие работодателей.

Фонд оценочных средств представляется в программе государственной итоговой аттестации, также формируются отдельным элементом ОП.

6. УСЛОВИЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПО ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 «РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «Медиапространство и медиаиндустрия» (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)

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

Общесистемные требования к реализации программы бакалавриата:

СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации программы

бакалавриата по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация» в соответствии с учебным планом.

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

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

В случае реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Организации обеспечивает:

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

Функционирование электронной информационно-образовательной среды:

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

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

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

СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» представляет собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей).

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

СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин (модулей), программах практик, на

одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину (модуль), проходящих соответствующую практику.

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

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

Требования к кадровым условиям реализации программы бакалавриата:

Реализация программы бакалавриата обеспечивается педагогическими работниками СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет», а также лицами, привлекаемыми университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях.

Квалификация педагогических работников СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках и (или) профессиональных стандартах (при наличии).

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

Не менее 10 процентов численности педагогических работников Организации, участвующих в реализации программы бакалавриата, и лиц, привлекаемых Организацией к реализации программы бакалавриата на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являются руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 65 процентов численности педагогических работников Организации и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Организации на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

К педагогическим работникам и лицам, привлекаемым к образовательной деятельности Организации на иных условиях, с учеными степенями и (или) учеными званиями приравниваются лица без ученых степеней и званий, имеющие соответствующие направленности (профилю) программы бакалавриата почетные звания Российской Федерации «Народный артист Российской Федерации», «Народный учитель Российской Федерации», «Народный художник Российской Федерации», «Заслуженный артист Российской Федерации», «Заслуженный деятель искусств Российской Федерации», «Заслуженный работник культуры Российской Федерации», «Заслуженный художник Российской Федерации», спортивные звания «Мастер спорта России международного класса», «Мастер спорта России», «Гроссмейстер России», почетные спортивные звания «Заслуженный мастер спорта России», «Заслуженный тренер России», «Почетный спортивный судья России», действительные члены и члены-корреспонденты Российской академии художеств, лауреаты государственных премий, лица, имеющие диплом лауреата

международного или всероссийского конкурса в области, соответствующей направленности (профилю) программы бакалавриата.

Требования к финансовым условиям реализации программы бакалавриата:

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

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

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

В целях совершенствования программы бакалавриата СФ ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет» при проведении регулярной внутренней оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по программе бакалавриата привлекает работодателей и (или) их объединения, иных юридических и (или) физических лиц, включая педагогических работников университета.

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 ОПОП.

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 ОПОП ВО ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01«РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ» НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ) «Медиапространство и медиаиндустрия» (УРОВЕНЬ БАКАЛАВРИАТА)

№ п/п	ФИО	Должность
1	Анисимова А.Н.	канд. филол.н., доцент
3	Лысова О.Ю.	зав. кафедрой, канд. филол. н., доцент