

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное**

**учреждение высшего образования**

**«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГУ)**

**СОЦИАЛЬНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**АННОТАЦИИ К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ**

высшего образования – программа бакалавриата

направление подготовки

**42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

профиль подготовки

**«СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ»**

формы обучения

 **ЗАОЧНАЯ**

квалификация, присваиваемая выпускникам

**БАКАЛАВР**

**Махачкала, 2022**

Б1.О.01.01Философия

Б1.О.01.02История России

Б1.О.01.03Всеобщая история

Б1.О.01.04История Дагестана

Б1.О.01.05Правоведение

Б1.О.01.06Основы проектной деятельности

Б1.О.01.07Управление персоналом

Б1.О.01.08Культурология

Б1.О.01.09Экономика

Б1.О.01.10Психология

Б1.О.01.11Социология

Б1.О.01.12Математика и статистика

Б1.О.01.13Политическая социология

Б1.О.02Модель: Безопасность жизнедеятельности

Б1.О.02.01Безопасность жизнедеятельности

Б1.О.02.02Основы военной подготовки

Б1.О.03Модуль: Коммуникация

Б1.О.03.01Иностранный язык ( базовый курс)

Б1.О.03.02Иностранный язык в профессиональной деятельности

Б1.О.03.03Русский язык и культура речи

Б1.О.04.01Введение в информационные технологии

Б1.О.04.02Системы искусственного интеллекта

Б1.О.04.03Информационные технологии в профессиональной деятельности

Б1.О.05.01Общественные и государственные институты в современном мире

Б1.О.05.02Цифровые коммуникации

Б1.О.05.03Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях

Б1.О.05.04Введение в коммуникационные специальности

Б1.О.05.05Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации

Б1.О.05.06Государственное регулирование в медиасфере

Б1.О.05.07Теория и практика рекламы

Б1.О.05.08Производство и распространение рекламного продукта

Б1.О.05.09Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы

Б1.О.05.10Менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Б1.О.05.11Социальная психология

Б1.О.05.12Методика и методология исследований в сфере коммуникаций

Б1.О.05.13Технология социальной рекламы

Б1.О.05.14Социальная психология рекламы

Б1.О.05.15Реклама и связи в социальной сфере с общественностью в современной России

Б1.О.05.16Культура делового общения

Б1.О.05.17Реклама и анализ потребительского поведения

Б1.О.05.18Рекламный копирайтинг

Б1.О.05.19Управление коммуникациями и связи с общественностью

Б1.О.05.20Дизайн рекламно-коммуникационного продукта

Б1.О.05.21Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Б1.В.01.01Интегрированные коммуникации

Б1.В.01.02PR-технологии

Б1.В.01.03Социальная реклама

Б1.В.01.04Социальные медиа

Б1.В.01.05Креатив и конструирование в рекламе

Б1.В.01.06Продвижение продуктов и идей в сети Интернет

Б1.В.01.07Современная пресс-служба

Б1.В.01.08Имиджелогия

Б1.В.01.09История рекламы

Б1.В.01.10Основы развития soft - компетенций

Б1.В.01.11Риторика

Б1.В.01.12Конфликтология в медиасфере

Б1.В.ДВ.01.01Разработка и технологии производства видеорекламы

Б1.В.ДВ.01.02Документационное обеспечение рекламной деятельности

Б1.В.ДВ.02.01Создание и поддержка сайта

Б1.В.ДВ.02.02Рекламное обеспечение проектной деятельности

Б1.В.ДВ.03.01Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью

Б1.В.ДВ.03.02Основы межкультурной коммуникации

Б1.В.ДВ.04.01Коммуникационный менеджмент в рекламе и связях с общественностью

Б1.В.ДВ.04.02Организация и менеджмент рекламной кампании

Б1.В.ДВ.05.01Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ

Б1.В.ДВ.05.02Презентация продукта в рекламе и связях с общественностью

Б1.В.ДВ.06.01Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью (он-лайн курсы СПбГУ)

Б1.В.ДВ.06.02Продвижение веб-сайтов (он-лайн курсы СПбГУ)

**К.М.01.01**

Физическая культура и спорт

**К.М.01.02**

Элективные дисциплины по физической культуре

**Б2.О.01(У)**

Учебная практика, профессионально-ознакомительная

**Б2.В.01(П)**

Производственная практика, профессионально-творческая

**Б2.В.02(Пд)**

Производственная практика, преддипломная

**Б3.01(Д)**

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

ФТД.01

Технологии тиражирования рекламных продуктов

ФТД.02

Основы взаимодействия государственных и общественных институтов в сфере социального партнерства

**Б1.0.01.01 ФИЛОСОФИЯ**

Дисциплина «Философия» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль подготовки - связи с общественностью и коммуникативные технологии.

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой философии и социальнополитических наук факультета психологии и философии.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с историей философии, онтологии и гносеологии, а так же проблем человека, общества, культуры и взаимодействия общества и природы.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника УК-1; УК-5; УК-6. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: формы контроля текущей успеваемости:, устные опрос, защита первоисточников, реферативная работа, контрольная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: устные опросы, тестирование, проведение экзамена.

Объем дисциплины в заочной форме 6 зачетные единицы, в том числе академических216 часа по видам учебных занятий.

**Б1.0.01.02 ИСТОРИЯ РОССИИ**

Дисциплина «История» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата, по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой отечественной истории ДГУ.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными этапами становления и развития Российского государства, места, роли, и вклада России в мировую цивилизацию.

Дисциплина нацелена на формирование универсальной компетенций выпускника – УК-5 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме – контрольных работ, и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.01.03 ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ**

Дисциплина «Всеобщая история» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата, по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью».

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой отечественной истории ДГУ. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными этапами становления и развития Российского государства, места, роли, и вклада России в мировую цивилизацию.

Дисциплина нацелена на формирование универсальной компетенций выпускника – УК-5 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме – контрольных работ, и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в 72 академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.01.04 РУССКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА РЕЧИ**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению подготовки /специальности) 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием и развитием у студентов русскоязычной профессиональной коммуникативной компетенции в условиях дагестанского полиязычия, позволяющей оперировать лингвистическими знаниями и умениями в различных областях коммуникации. Дисциплина нацелена на формирование следующей компетенции выпускника: УК-4, ОПК-1.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме - контроль текущей успеваемости – контрольная работа, коллоквиум, тестирование и пр.; - промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе в 108 академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.01.05 БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Дисциплина реализуется межфакультетской кафедрой Безопасности жизнедеятельности. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными природными и техносферными опасностями, их свойствами и характеристиками, характером воздействия вредных и опасных факторов на человека и природную среду; общую характеристику чрезвычайных ситуаций и причины их возникновения; способы и технологии защиты в чрезвычайных ситуациях; функции и работа органов «Российской системы предупреждения и действий в чрезвычайных ситуациях Дисциплина нацелена на формирование общекультурных УК-8 компетенций выпускника .

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические (семинарские) занятия, самостоятельная работа студента, контроль самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме устных опросов, тестирования, докладов, рефератов, контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе 72 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.01.06 ЭКОНОМИКА**

Дисциплина «Экономика» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01-«Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки –Связи с общественностью и коммуникативные технологии.

 Дисциплина реализуется на социальном факультете Даггосуниверситета кафедрой политической экономии. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основами рыночной экономики, микроэкономическими и макроэкономикой. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-6, УК-9, общепрофессиональных – ОПК5.

 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, консультации, самостоятельная работа, контроль самостоятельной работы студентов. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, предоставления докладов, рефератов, участия в дискуссиях, теста, контрольной работы, коллоквиума и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.01.07 ПОЛИТИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ**

Дисциплина «Политическая социология» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете, кафедрой теории и истории социальной работы.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с анализом аспектов становления и развития государства в контексте мирового опыта, раскрываются сущность, основные принципы и модели социального государства в современном мире и его основные функции. Значительное внимание уделяется анализу экономических, политически, социальных основ взаимодействия общества и государства. В курсе раскрывается правовая основа взаимодействия общества и государства в РФ Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК1. УК-5.

 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекций, практических занятий, самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы, тестирования, коллоквиум и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины составляет 108 часов, в том числе лекции – 4, практических 6, самостоятельной работы 94, 4 – контроль.

**Б1.0.01.08 КУЛЬТУРОЛОГИЯ**

Дисциплина культурология входит в обязательную часть ОПОП программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на филологическом факультете кафедрой теории и истории религии и культуры.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с проблемами философии культуры; природой и сущностью феномена культуры; философско-методологическими принципами изучения культуры; логикой общей эволюции культур философской мысли Нового времени; основными научными школами, направлениями, концепциями в области философии культуры; с местом философии культуры в системе философского знания; аксиологическими аспектами бытия культуры; ценностными ориентациями современного образования в области философии культуры; социальным регулированием культурных процессов.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общекультурных – УК-5.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия и контроль самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме устных опросов, тестирования, докладов, рефератов, контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 108 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.01.09 ПСИХОЛОГИЯ**

Дисциплина «Психология» входит в обязательную часть ОПОП образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на Социальном факультете кафедрой общей и социальной психологии. Курс изучается в 3 семестре и должен заложить основы представлений о предмете и методах психологии, а также основных психологических школах современной психологии и психологических процессах человека. В свою очередь, курс является теоретической основой для изучения других курсов по психологии (педагогическая психология, возрастная психология и др.). Содержание дисциплины формирует у студентов целостные представления о психологии и ее основных понятиях, психологии познавательных процессов, месте данного раздела в системе психологических знаний, базовых категориях и понятиях, основных методологических и исследовательских проблемах и путях их решения. Усвоение студентами основных теоретических положений психологии необходимо для повышения уровня их общей психологической грамотности и является важным компонентом практической подготовки будущих специалистов. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных: (УК-3); (УК-5);(УК-6).

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме – опроса, контрольной работы, тестовых заданий и промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 144 часа.

**Б1.0.03.10 СОЦИОЛОГИЯ**

Дисциплина «Социология» входит в обязательную часть образовательной программы подготовки бакалавров направления подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой теории и истории социальной работы. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением закономерностей функционирования государства или других социальных институтов, постижением истинных целей и принципов взаимодействия людей, норм и ценностей, которыми они при этом руководствуются, особенностей социальных общностей и групп. В ряду других отраслей научного знания, выступающих инструментом радикальных перемен в обществе, социологии принадлежит видное место. В наше время общество приобретает совершенно новые черты, формируется новая социальная реальность. Одновременно возрастает роль социологии как науки, обладающей специальными и достоверными методами познания социальной реальности. Универсальных: – УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач универсальных – УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; универсальных – УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социальноисторическом, этическом и философском контекстах; – УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению; Общепрофессиональных: - ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, коллоквиум, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамена. Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий – 144.

**Б1.0.03.11 МАТЕМАТИКА И СТАТИСТИКА**

Дисциплина «Математика и статистика» входит в обязательную часть ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связь с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий СФ.

 Дисциплина «Математика и статистика» изучается во втором семестре первого учебного года. Содержательно-методически и логически дисциплина связана с такими учебными курсами бакалавриата как: «Цифровые коммуникации», «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях».

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных - УК -1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Профессиональных - ПК-7- Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.

 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: Лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета.

 Объем дисциплины: 3 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.03.12 ОСНОВЫ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Дисциплина «Основы проектной деятельности» входит в обязательную часть ОПОП программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль - Связи с общественностью и коммуникативные технологии Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой менеджмента.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием комплексного стратегического мировоззрения, прикладных знаний в области методов стратегического анализа деятельности современных компаний; Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных –УК-2, профессиональных – ОПК-3 и ОПК-4

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, решения задач и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 2 зачетные единицы, в том числе 72 академических часа по видам учебных занятий.

**Б1.0.03.13 УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ**

Дисциплина «Управление персоналом» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 342.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленности (профиля) «Связи с общественностью и коммуникативные технологии».

 Дисциплина реализуется в юридическом институте кафедрой экономики труда и управления персоналом.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с теоретическими аспектами управления персоналом, со знаниями и навыками формирования кадровой политики и стратегии управления персоналом, технологиями управления персоналом и его развитием, управлением поведением персонала, оценкой эффективности функционирования и совершенствования системы управления персоналом. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, рефератов, дискуссий, тестов, глоссария, деловых игр и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.03.14 ИСТОРИЯ ДАГЕСТАНА**

Дисциплина Истории Дагестана входит в \_обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на факультете востоковедения кафедрой истории Дагестана. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с наиболее узловыми проблемами социально-экономического и политического развития Дагестана, внутренней и внешней политики, развития культуры и науки с древнейших времен до современности.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-5, ОПК-2. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, лабораторные занятия, самостоятельная работа и др.. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 72ч., 2 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.03.15 ПРАВОВЕДЕНИЕ**

 Дисциплина «Правоведение» входит в обязательную часть образовательной программы 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень высшего образования - бакалавриат).

Дисциплина реализуется кафедрой теории государства и права юридического института.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием знаний у студентов неюридических специальностей о сущности и назначении права, о нормах права, о правомерном поведении и правонарушениях, об основных отраслях российского права.

Изучение курса «Правоведение» способствует формированию у студентов правовой культуры и правосознания, умения ориентироваться в жизненных и профессиональных ситуациях с позиций права.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы, коллоквиума, тестирования, письменных домашних заданий, работы на семинарах и пр. и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины 2 зачетных единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий:

**Б1.0.02.01 ВВЕДЕНИЕ В ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ**

Дисциплина «Введение в информационные технологии» входит в обязательную часть ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с основными понятиями информатики. Изучаются состав, архитектура и функционирование ЭВМ, основные виды алгоритмов и их свойства, программное обеспечение. Дисциплина фактически является начальным курсом, где изучаются начала всех основных разделов информатики.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных - УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Общепрофессиональных – 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. Профессиональных - ПК-4-Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля - ПК-5-Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д. - ПК-6 - Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и eventменеджмента.

 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.02.02 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» входит в обязательную часть ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связь с общественностью.

 Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Дисциплина «Информационные технологии в профессиональной деятельности» изучается во втором семестре первого учебного года. Она фактически является начальным курсом, где изучаются начала всех основных разделов информатики.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных - УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Общепрофессиональных – 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.

 Профессиональных - ПК-4-Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля - ПК-5-Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д. - ПК-6 - Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и eventменеджмента

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, лабораторные занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме экзамена. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.02.03 СИСТЕМА ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

Дисциплина «Системы искусственного интеллекта» входит в обязательную часть ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с рассмотрением основных понятий искусственного интеллекта: методов, способов и средств получения, хранения и переработки информации; основ автоматизации решения задач; методов анализа данных, математического моделирования и принятия решений применительно к решению задач в профессиональной деятельности.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных - УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Общепрофессиональных – 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.

Профессиональных ПК-4-Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля ПК-5-Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д. ПК-6 - Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

 Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины: 2 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.03.01 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК**

Дисциплина «Иностранный язык» (английский) входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью». Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой иностранных языков для ЕНФ. Основные положения «Примерной программы», переработанные с учетом специфики языкового образования в ДГУ, учитывались в настоящей программе при постановке цели, определении содержания, выборе средств и технологий.

Дисциплина нацелена на формирование универсальной и общепрофессиональной компетенций студента: УК-4- способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия; ОПК-1 - способность 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. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов работы: практической (контактная работа студента с преподавателем) и самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущий контроль в форме опроса, тестов, контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета и экзамена.

Объем дисциплины – 6 зачетных единиц, 216 часов.

**Б1.0.03.02 ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ КУРС**

Дисциплина Иностранный язык в рекламе и связях с общественностью (английский) входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению (специальности) 42.03.01 «Реклама и связи общественностью» .

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой иностранных языков для ЕНФ. Основные положения «Примерной программы», переработанные с учетом специфики языкового образования в ДГУ, учитывались в настоящей программе при постановке цели, определении содержания, выборе средств и технологий.

Дисциплина нацелена на формирование следующих универсальной и общепрофессиональной компетенций студента: УК-4- способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия; ОПК-1 - способность 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.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов работы: практической (контактная работа студента с преподавателем) и самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: текущий контроль в форме опроса, тестов и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины – 3 зачетные единицы, 108 часов.

**Б1.0.04.01 ОБЩЕСТВЕННЫЕ И ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ИНСТИТУТЫ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

Дисциплина «Общественные и государственные институты в современном мире» входит в базовую часть ОПОП подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой теории и истории социальной работы. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования системы знаний у студентов о деятельности и развитии общественных и государственных институтах в условиях современного мира. В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: -универсальных: – 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-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению; -общепрофессиональных: -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-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности .

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, коллоквиум, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме зачета.

**Б1.0.04.02 ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Дисциплина «Цифровые коммуникации» входит в обязательную часть ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связь с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий СФ.

Дисциплина «Цифровые коммуникации» изучается в третьем семестре второго учебного года. Содержательно-методически и логически дисциплина связана с такими учебными курсами бакалавриата, как «Математика и статистика» , «Информационные технологии и базы данных в цифровых коммуникациях» Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных - УК -1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач Общепрофессиональных - 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-6 – Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности Профессиональных - ПК-1-. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности - ПК-5- Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д - ПК-7- Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: Лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины: 4 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.03 ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ**

 Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» входит в обязательную часть ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связь с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий СФ. Дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» изучается в третьем семестре второго учебного года. Содержательно-методически и логически дисциплина связана с такими учебными курсами бакалавриата как: «Математика и статистика», «Цифровые коммуникации» Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Общепрофессиональных - ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиа тексты и (или) медиа продукты, 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 досижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. - ОПК-6 – Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности Профессиональных - ПК-1-. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности - ПК-2- Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента - ПК-5- Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д - ПК-7- Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости вебсайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: Лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета и экзамена.

Объем дисциплины: 8 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.04 ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

Дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о коммуникационных специальностях; месте и значении рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками; основных этапах развития рекламной деятельности в России и за рубежом; методах исследований в рекламе; специфике регионального рекламного рынка.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-3, ОПК-6. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работипромежуточный контроль в формеэкзамена.

Объем дисциплины 7 зачетных единиц, в том числе 252 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.05 ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ: ДЕЛОВЫЕ И**

**МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Дисциплина «Основы теории коммуникации: деловые и межличностные коммуникации» входит в обязательную часть ОПОП образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой теории и истории социальной работы. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования системы знаний о теории коммуникационной деятельности в социальной сфере и основам деловой и межличностной коммуникации. В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: -универсальных: – УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) -общепрофессиональных: - 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-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности -профессиональных: - ПК-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий - ПК-4. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля.

 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, коллоквиум, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамен.

 Объем дисциплины: 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 144.

**Б1.0.04.06 ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В МЕДИАСФЕРЕ**

Дисциплина «Государственное регулирование в медиасфере» входит в обязательную часть ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на Социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Цель дисциплины: формирование комплекса знаний, навыков и компетенций в области законодательной деятельности и специфики правового регулирования рекламы и связей с общественностью, а также исследований особенностей регулирования рекламы в СМИ. Задачи дисциплины: − определить общие и специальные требования, предъявляемые законодательством к осуществлению PR и рекламной деятельности; − изучить субъектный состав информационных правоотношений, основные права и обязанности сторон указанных отношений, а также их ответственность за нарушение законодательства о рекламе и о СМИ; − рассмотреть особенности участия основных сил в регулировании рекламноинформационной деятельности (потребители, общественные организации, государство); − сформировать систему знаний о правах и обязанностях рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламораспространителей.

 Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных: – 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». Общепрофессиональных: – 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-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». Профессиональных: – ПК-6 «Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента».

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и тестирования и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетных единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.07 ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ**

Дисциплина «Теория и практика рекламы» входит в обязательную часть ОПОП программы бакалавриата по направлению 42.03.01. Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с методикой и методологией исследований нового хозяйственного механизма, неотъемлемой частью которого становится маркетинг, целью которого, в том числе выступает реализация социальных приоритетов в государстве. Кроме того, возрастающая роль рекламы в жизни общества связана с коммуникационными функциями, что является объектом изучения этой дисциплины. В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы бакалавры хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

 Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: Универсальных 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»; Общепрофессиональных: ОПК-1. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности ОПК-3. Способен составлять и оформлять отчеты по результатам профессиональной деятельности в сфере социальной работы 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 Профессиональных: ПК–2. Способен к проведению оценки обстоятельств, которые ухудшают или могут ухудшить условия жизнедеятельности граждан, определению индивидуальных потребностей граждан с целью постановки социального диагноза, ведению документации, разработки индивидуальных программ предоставления социальных услуг и мероприятий по социальному сопровождению ПК-4. Способен к организационно-управленческой работе в подразделениях организаций, реализующих меры социальной защиты граждан ПК-6. Способен выявлять, формулировать, разрешать проблемы в сфере социальной работы на основе проведения прикладных исследований, в том числе опроса и мониторинга, использовать полученные результаты и данные статистической отчетности для повышения эффективности социальной работы .

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, коллоквиум, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины: 5 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 180.

**Б1.0.04.08 ПРОИЗВОДСТВО И РАСПРОСТРАНЕНИЕ РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА**

Дисциплина «Производство и распространение рекламного продукта» относится к обязательной части образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности, представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности – создании рекламного продукта. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-7, профессиональных - ПК-3, ПК-4, ПК-5.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе 144 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.09 ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ**

Дисциплина «Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы» входит в обязательную часть ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на Социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных со подготовкой специалистов в области рекламной и PR деятельности в вопросах правового регулирования рекламной деятельности; дать будущим специалистам систематизированную информацию о правовом регулировании рекламной деятельности как о совокупности норм и как о науке; раскрыть особенности, достоинства и недостатки действующей в сфере рекламы правовой регламентации.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – 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», общепрофессиональных – 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-7 «Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности»; ПК-1 «Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности».

 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и тестирования и промежуточный контроль в форме экзамена.

 Объем дисциплины 4 зачетных единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.10 МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Дисциплина служит формированию профессиональных навыков и деловой культуры бакалавра рекламы и связей с общественностью. Ее научная и методическая основа опирается на комплекс как общих, так и специальных знаний, полученных обучающимися в ходе предшествующего обучения.

Дициплина находится в тесной связи с такими дисциплинами, как «Управление коммуникациями и связи с общественностью», «Психология рекламы и связей с общественностью», «Организация и проведение коммуникационных кампаний», «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью», «Связи общественностью в бизнесе», «Теория и практика медиакоммуникаций» и др. Для успешного освоения дисциплины обучающийся должен обладать базовыми знаниями теории, технологий коммуникации, связей с общественностью и рекламы. Он должен владеть фундаментальными навыками устной, письменной, цифровой общей и профессиональной коммуникации. В массив знаний данного предмета входит также знание правовых и этических аспектов работы современного PR-специалиста и рекламиста. Дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» способствует освоению таких дисциплин, как «Технологии связей с общественностью», «Брендинг», «Коммуникации в контексте постиндустриального общества», «Связи с общественностью в бизнесе», «Связи с общественностью в корпоративном секторе в цифровую эпоху», «Теория и практика рекламы» и др. В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни 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-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 ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины: 2зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий -72.

**Б1.0.04.11 СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ**

Дисциплина «Социальная психология рекламы» входит в обязательную часть ОПОП образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой общей и социальной психологии. Содержание дисциплины состоит в ознакомлении студентов с основами рекламной деятельности в условиях современной российской действительности, с психологическими и социально-экономическими аспектами рекламы. Объем и содержание учебной дисциплины «Социальная психология рекламы» в высших учебных заведениях определены требованиями Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования Российской Федерации.

 Структура курса основана на психологическом подходе к проблемам рекламной деятельности и включает вопросы истории развития рекламы и рекламных технологий, социально-организационные аспекты рекламной деятельности, затрагиваются темы политической рекламы и политического имиджа, отражения рекламы в российской культуре. (социуме), применением полученных знаний в процессе профессиональной деятельности. Она изучает восприятие индивидуумами действий и чувств других людей, а также влияния групп людей на сознание, а также поведение отдельных личностей.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных - УК-3, УК-5; общекультурных – ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3; профессиональных - ПК-2, ПК-3, ПК-7. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: в форме контрольных работ и коллоквиума и промежуточный контроль в форме экзамена.

 Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе в 144 академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.12 МЕТОДИКА И МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ В**

**СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ**

**Б1.0.04.13 ТЕХНОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ**

**Б1.0.04.14 СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ**

**Б1.0.04.15 РЕКЛАМА И СВЯЗИ В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ С**

**ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

**Б1.0.04.16 КУЛЬТУРА ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ**

**Б1.0.04.17 РЕКЛАМА И АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ**

**Б1.0.04.18 РЕКЛАМНЫЙ КОПИРАЙТИНГ**

Дисциплина «Рекламный копирайтинг» входит в обязательную часть ОПОП бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования у студентов системы знаний о PR-технологиях, акцентрируется внимание на внутренней и внешней функциях PR. Авторами актуализируется взаимосвязь PRтехнологий с PR-стратегий, PRплан и PR-программой. Предложены основные направления деятельности PR-специалиста: изучение мнений общественности: разработка приоритетной политики;подбор нужной информации; взаимодействие со средствами массовой информацией ; организация обратной связи с различными представителями. В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: –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 –ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; – ПК-1.- Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности; – ПК-2- Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента. – ПК-4. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля – ПК-5 Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины: 3зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 108.

**Б1.0.04.20 ДИЗАЙН РЕКЛАМНО-КОММУНИКАЦИОННОГО**

**ПРОДУКТА**

Дисциплина «Дизайн рекламно-коммуникационного продукта» входит в обязательную часть (базовый модуль направления) образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Рабочая программа может быть использована в профессиональной подготовке специалистов по рекламе. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7, профессиональных - ПК-4, ПК-7.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе 108 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.0.04.21 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ**

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» относится к дисциплинам обязательной части ОПОП по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль – Реклама и связи с общественностью в сфере профессиональных коммуникаций.

 Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-9; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-7; ПК-1; ПК-4; ПК-6.

 Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, групповое тестирование по кейс-заданиям, диспут, работа в мастер-классах экспертов и специалистов, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума; промежуточного контроля в форме зачета. Дисциплина изучается в 8 семестре.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

**Б1.В.01 ЧАСТЬ, ФОРМИРУЕМАЯ УЧАСТНИКАМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ**

**Б1.В.01.01 ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

Дисциплина «Интегрированные коммуникации» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки: 42.03.01. - Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой философии и социально-политических наук факультета психологии и философии. Дисциплина представляет собой практико-ориентированный курс, направленный на фор

мирование у студентов компетенций, связанных с разработкой и реализацией интегрированных коммуникационных кампаний, с упором на актуальные инструменты и технологии, используемые в рекламе. Содержание дисциплины: Введение. Структура коммуникационного пространства, основные участники коммуникационного процесса. Этапы создания интегрированной коммуникационной кампании (ИКК). Особенности управления разработкой и реализацией ИКК. Типы ИКсообщений, базовые элементы системы ИК. Реклама в системе общественных отношений. Основные типы рекламы. Бренд стратегия. Системы интегрированных коммуникаций. Коммуникационная стратегия: модель, этапы разработки. Потребительский инсайт. Инструменты поиска инсайтов. Как создается креатив ИКК. Мастер-классы с приглашенными специалистами-практиками. Производство рекламно информационных материалов для ИКК. Мастер-класс совместно с приглашенными специалистами-практиками. Медиапланирование: стратегическое и тактическое, инструменты. Проекты и их реализация в SM. Основные образовательные технологии, используемые в процессе изучения дисциплины: лекция-визуализация, круглый стол, деловая игра, тренинги. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме: контрольной работы, коллоквиума, тестирования и промежуточный контроль в форме зачета. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-3; ОПК-2, ОПК-4; ПК-1. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

 Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: устные опросы, тестирование, письменные контрольные работы, коллоквиумы, конспектирование первоисточников, подготовку научных докладов, сообщений и рефератов. Форма промежуточного контроля: экзамен. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.01.02 PR-ТЕХНОЛОГИИ**

Дисциплина «PR-технологии» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования у студентов системы знаний о PR-технологиях, акцентрируется внимание на внутренней и внешней функциях PR. Авторами актуализируется взаимосвязь PRтехнологий с PR-стратегий, PRплан и PR-программой. Предложены основные направления деятельности PR-специалиста: изучение мнений общественности: разработка приорететной политики;подбор нужной информации; взаимодействие со средствами массовой информацией ; организация обратной связи с различными представителями. . В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: -общепрофессиональных: –УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач –ОПК-3- Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов – ОПК-6- Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и ис-пользовать их для решения задач профессиональной деятельности. – ПК-2.- Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента – ПК-6- Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и eventменеджмента – ПК-7. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины: 5 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 180.

**Б1.В.01.03 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА**

Дисциплина «Социальная реклама» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. В курсе «Социальная реклама» раскрываются основные этапы развития социальной рекламы в России и за рубежом. Феномен социальной рекламы рассматривается в историческом, правовом, политическом, экономическом, психологическом ракурсах. Рассматриваются основные аспекты курса: понятия, истории, современного рынка социальной рекламы, законодательства о ней, взаимодействия объекта изучения с программами государственных институтов, политики, бизнеса и некоммерческого сектора. Отдельное внимание уделяется психологическим аспектам воздействия рекламы на потребителя – эти сведения необходимы для формирования навыков практического анализа социальной рекламы, в том числе навыков распознавания в рекламе элементов манипуляции общественным мнением. В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: 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-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности. ПК-2. Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента ПК-4. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля ПК-5. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб - статистики. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамена.

Объем дисциплины:5зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий -180.

**Б1.В.01.04 СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА**

Дисциплина «Социальные медиа» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о коммуникационных специальностях; месте и значении рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками;основных этапах развития рекламной деятельности в России и за рубежом; методах исследований в рекламе; специфике регионального рекламного рынка.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-1, общепрофессиональных – ОПК-2, ОПК-4, ОПК-7, профессиональных – ПК-1, ПК-6, ПК-7. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетные единицы, в том числе 144 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.01.05 КРЕАТИВ И КОНСТРУИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ**

Дисциплина «Креатив и конструирование в рекламе» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о коммуникационных специальностях; месте и значении рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками;основных этапах развития рекламной деятельности в России и за рубежом; методах исследований в рекламе; специфике регионального рекламного рынка.

 Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-2, общепрофессиональных – ОПК-4, ОПК-6, ОПК-7, профессиональных – ПК-1, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7. Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работипромежуточный контроль в формеэкзамена.

Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.01.06 ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКТОВ И ИДЕЙ В СЕТИ**

**ИНТЕРНЕТ**

Дисциплина «Продвижение продуктов и идей в сети интернет» относится к модулю профессиональной направленности образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности, представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности – создании рекламного продукта. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, профессиональных - ПК-1, ПК-2, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе 144 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.01.07 СОВРЕМЕННАЯ ПРЕСС-СЛУЖБА**

Дисциплина «Современная пресс-служба» входит в обязательную часть образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о коммуникационных специальностях; месте и значении рекламы в современном социуме наряду с другими коммуникационными потоками;основных этапах развития рекламной деятельности в России и за рубежом; методах исследований в рекламе; специфике регионального рекламного рынка.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-1, УК-4, общепрофессиональных – ОПК-2, ОПК-4, профессиональных – ПК-3, ПК-4, ПК-5.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и промежуточный контроль в форме экзамена.

 Объем дисциплины 3 зачетные единицы, в том числе 108 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.01.08 ИМИДЖЕОЛОГИЯ**

Дисциплина «Имиджелогия» относится к дисциплинам ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, профиль – Реклама и связи с общественностью в сфере профессиональных коммуникаций. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-5; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7; ПК-3; ПК-6 .

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, обсуждение реферата, групповое тестирование по кейс-заданиям, диспут, работа в мастер-классах экспертов и специалистов, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума; промежуточного контроля в форме зачета.

Дисциплина изучается в 5 семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

**Б1.В.01.09 ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ**

Дисциплина «История рекламы» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой теории и истории социальной работы. Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования у студентов системы знаний об истории развития рекламы и связей с общественностью в России и за рубежом, основными этапами развития рекламы, особенностями современного этапа развития рекламы и связей с общественностью, проблемами развития отечественного рынка рекламы в сравнении с мировым рынком рекламы, международной рекламой и кросс-культурным анализом .

В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: -общепрофессиональных: –УК-1- Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач –УК-5- Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально историческом, этическом и философском контекстах – 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-5.- Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиа-коммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования – ПК-1- Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, коллоквиум, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума; промежуточного контроля в форме экзамена. Объем дисциплины: 4 зачетные единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 144.

**Б1.В.01.10 ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ SOFT - КОМПЕТЕНЦИЙ**

Дисциплина «Основы развития soft-компетенций» входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений по направлению подготовки 39.04.03 Организация работы с молодежью, профиль - Кадровый потенциал молодежи. Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: ОПК-1; ОПК-4; ПК-2; ПК-3; ПК-6; ПК-7 Магистерская программа ориентирована на подготовку высокоэффективных управленческих кадров в молодежной среде.

 В России в настоящее время продолжает развиваться новое направление в сфере формирования кадрового потенциала молодежи – развитие softкомпетенций (softskills). Softskills (они же «гибкие» или «мягкие» навыки) – это набор важных надпрофесиональных социальных умений. Под «гибкими» навыками понимают обучаемость, стрессоустойчивость, активность, лидерство, общительность, умение работать в команде и планировать собственное время. Softskills отличаются от профессиональных навыков (или hardskills) своей универсальностью: они необходимы не только для работы, но и в повседневной жизни. Softskills предшествуют hardskills: профессиональные навыки не имеют значения при отсутствии социальных. Цель изучения курса - формирование у магистрантов знаний о теоретических основах soft-компетенций и практических навыков применения различных техник их развития. Курс ориентирован на формирование у магистрантов компетенций, необходимых для выполнения специальных функций в рамках профессионального стандарта, на воспитание у них соответствующих личностных качеств, необходимых для осуществления эффективной деятельности в молодежной среде. В программе курса учтена специфика предстоящей профессиональной деятельности магистрантов в области организации работы с молодежью.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как фронтальный опрос, коллоквиум, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, групповое тестирование по кейс-заданиям, диспут, работа в мастер-классах экспертов и специалистов социальных служб, контрольная работа и пр.; рубежного контроля в форме письменной контрольной работы, устного опроса, тестирования, коллоквиума; промежуточного контроля в форме зачета.

Дисциплина изучается в 6 семестре. Объем дисциплины в заочной форме 4 зачетные единицы, в том числе, 144 академических часа по видам учебных занятий.

**Б1.В.01.11 РИТОРИКА**

Дисциплина «Риторика» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Дисциплина «Риторика» реализуется на факультете социальном кафедрой методикой преподавания русского языка и литературы. Содержание дисциплины «Риторика» охватывает круг вопросов, связанных с выработкой умений и навыков профессионального общения, развитием способностей у студента для публичного выступления, навыками компетентной коммуникации с клиентом в форс-мажорных обстоятельствах и адекватного речевого поведения в различных ситуациях. Дисциплина «Риторика» нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных – УК-4, общепрофессиональных – ОПК-1, ОПК-4; профессиональных – ПК-3. Преподавание дисциплины «Риторика» предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа. Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контроля текущей успеваемости – контрольная работа, коллоквиум, тренинг и пр.) и промежуточный контроль в форме зачета. Объем дисциплины \_3\_зачетные единицы, в том числе в 108 академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.01.12 КОНФЛИКТОЛОГИЯ В МЕДИАСФЕРЕ**

Дисциплина «Конфликтология в медиасфере» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата по направлению подготовки: 42.03.01. - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой философии и социально-политических наук факультета психологии и философии. Содержание дисциплины: введение в конфликтологию, характеристика и диагностика конфликта, источники конфликтов, динамика конфликта, типология социальных конфликтов, конфликтогенные характеристики в медиасфере, предупреждение и разрешение конфликтов. Курс «Конфликтология в медиасфере» носит практико-ориентированный характер. Основные образовательные технологии, используемые в процессе изучения дисциплины: лекция-визуализация, круглый стол, деловая игра, тренинги, творческие задания. Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-1, УК-3, УК-5; ОПК-7; ПК-1.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости: устные опросы, тестирование, письменные контрольные работы, коллоквиумы, конспектирование первоисточников, подготовку научных докладов, сообщений и рефератов. Форма промежуточного контроля: экзамен.

 Объем дисциплины: 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.ДВ.01.01 РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА ВИДЕОРЕКЛАМЫ**

Цель дисциплины: дать студентам глубокие фундаментальные теоретические и практические знания, создать предпосылки творческого и креативного мышления, оптимизировать их деятельность с учетом последних достижений и передового опыта в области создания рекламного видеопродукта, в частности разработки его творческой концепции, художественного воплощения содержания в виде рекламных сообщений, включая их текстовую и визуальную составляющие с учетом социально-психологического воздействия видеорекламы, подготовить бакалавра, обладающего знаниями о процессах разработки и производства рекламного сообщения и профессиональными компетенциями, необходимыми для создания рекламного продукта.

Дисциплина «Разработка и технология производства рекламного продукта: видеореклама» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока дисциплин учебного плана. Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы профессиональной деятельности, Основы теории коммуникации, Теория коммуникации, Психология в рекламе и связях с общественностью, Теория и практика связей с общественностью, Теория и практика рекламы, Правовое регулирование рекламы и связей с общественностью, Этическое регулирование рекламы и связей с общественностью, Поведение потребителя в цифровой среде, Профессионально-ознакомительная практика. В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью, Организация и проведение коммуникационных кампаний в рекламе, Менеджмент в рекламе и связях с общественностью, Преддипломная практика.

**Б1.В.ДВ.01.02 ДОКУМЕНТАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

 Дисциплина «Документационное обеспечение рекламной деятельности» относится к вариативной части дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности, представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности – создании рекламного продукта.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: общепрофессиональных – ОПК-1, ОПК-5, ОПК-7, профессиональных - ПК-1.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работ и промежуточный контроль в форме экзамена.

Объем дисциплины 4 зачет**ные единицы в том числе в академических часах по видам учебных занятий - 144.**

**Б1.В.ДВ.02.01 СОЗДАНИЕ И ПОДДЕРЖКА САЙТА**

Дисциплина «Создание и поддержка сайта» относится к вариативной части блока

дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения,

сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик:

Основы профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью,

Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях,

Профессионально-ознакомительная практика.

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения,

необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Технологии

программирования в языке Python. Менеджмент в рекламе и связях с общественностью,

Научно-исследовательская работа, Преддипломная практика.

Цель дисциплины – формирование у студентов системы знаний, умений и практических

навыков, в области создания и поддержки сайта, необходимых для подготовки

высококвалифицированных специалистов, соответствующих передовым запросам

работодателей в цифровой экономике.

**Б1.В.ДВ.02.02 РЕКЛАМНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОЕКТНОЙ**

**ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Дисциплина «Рекламное обеспечение проектной деятельности» является дисциплиной по выбору ОПОП бакалавриата по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования у студентовсистемы знаний о продвижение рекламной продукции, современная выставочная деятельность, современные средства компьютерной техники и телекоммуникаций. Предложены основные направления деятельности PR-специалиста: изучение мнений общественности: разработка приоритетной политики; подбор нужной информации; взаимодействие со средствами массовой информацией; организация обратной связи с различными представителями.

В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

–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-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

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

 –ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности;

–ПК - 4. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля;

–ПК-5 Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.;

–ПК-6. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента;

–ПК-7. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как *фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.;* рубежного контроляв форме *письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума*; промежуточного контроля в форме *экзамена*.

**Б1.В.ДВ.03.01 ИНТЕРНЕТ КОММУНИКАЦИИ В РЕКЛАМЕ**

**И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Дисциплина «Интернет коммуникации в рекламе и связях с общественностью» является дисциплиной по выбору ОПОП бакалавриата по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования у студентовсистемы знаний о продвижение рекламной продукции, современная выставочная деятельность, современные средства компьютерной техники и телекоммуникаций. Предложены основные направления деятельности PR-специалиста: изучение мнений общественности: разработка приоритетной политики; подбор нужной информации; взаимодействие со средствами массовой информацией; организация обратной связи с различными представителями.

В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

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

–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-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

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

 –ПК-1. Способен планировать, контролировать и оценивать эффективность управления коммуникационной инфраструктурой организации (включая написание аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также подготовку проектной документации), обеспечения ее внутренней и внешней коммуникации, в том числе медийной активности;

–ПК-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий

–ПК-5 Способен работать с текстовыми и графическими редакторами, с агрегаторами новостей, электронными подписками и т.д.;

–ПК-6. Владеет коммуникативными, маркетинговыми технологиями, интегрированными маркетинговыми технологиями, технологиями бренд-менеджмента и event-менеджмента;

–ПК-7. Владеет основными принципами и методами сбора статистики посещаемости веб-сайтов, популярными сервисами для сбора веб – статистики.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как *фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.;* рубежного контроляв форме *письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума*; промежуточного контроля в форме *экзамена*.

**Б1.В.ДВ.03.02 ОСНОВЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Дисциплина «Основы межкультурной коммуникации» является дисциплиной по выбору ОПОП бакалавриата по направлению **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**.

Дисциплина реализуется на социальном факультете ДГУ кафедрой социальных и информационных технологий.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов связанных с различными аспектами формирования у студентовсистемы знаний о продвижение рекламной продукции, современная выставочная деятельность, современные средства компьютерной техники и телекоммуникаций. Предложены основные направления деятельности PR-специалиста: изучение мнений общественности: разработка приоритетной политики; подбор нужной информации; взаимодействие со средствами массовой информацией; организация обратной связи с различными представителями.

В целях эффективного изучения учебного материала по курсу необходимо, чтобы студенты хорошо освоили проблемные вопросы, понятийный аппарат и методы данной дисциплин.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника:

–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;

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

–ПК-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

– ПК-4. Владеет навыками поисковой оптимизация и адаптации текстовых материалов, учитывая специфику их стиля.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: *лекции, семинарские занятия, самостоятельная работа.*

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение таких видов текущего контроля успеваемости как *фронтальный опрос, обсуждение реферата, доклад с последующим его обсуждением, диспут, контрольная работа и пр.;* рубежного контроляв форме *письменной контрольной работы, устного опроса, коллоквиума*; промежуточного контроля в форме *экзамена*.

**Б1.В.ДВ.04.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И МЕНЕДЖМЕНТ РЕКЛАМНОЙ КАМПАНИИ**

Дисциплина *«Организация и менеджмент рекламной компании»* относится к вариативной части дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой [социальных и информационных технологий](http://cathedra.dgu.ru/Default.aspx?id=1363).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности, представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности – создании рекламного продукта.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальные- УК-2, УК-6; общепрофессиональных – ОПК-2, ОПК-4, ОПК-6, профессиональных - ПК-1, ПК-3, ПК-5, ПК-6.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работипромежуточный контроль в формеэкзамена.

Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе 144 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б1.В.ДВ.05.01 КОММУНИКАЦИОННЫЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СМИ**

Дисциплина *«Коммуникационные основы рекламной деятельности СМИ»* относится к вариативной части дисциплин по выбору образовательной программы бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина реализуется на социальном факультете кафедрой [социальных и информационных технологий](http://cathedra.dgu.ru/Default.aspx?id=1363).

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием целостной системы знаний о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности, представление о важнейшем компоненте рекламной деятельности – создании рекламного продукта.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальные- УК-5; общепрофессиональных – ОПК-1, ОПК-2, ОПК-4, ОПК-6, профессиональных - ПК-1, ПК-5, ПК-6.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольных работипромежуточный контроль в формеэкзамена.

Объем дисциплины 4 зачетных единиц, в том числе 144 в академических часах по видам учебных занятий.

**Б2.В.01.01 (У)УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ**

Учебная практика входит в часть формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы подготовки направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Учебная практика реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий.

Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от факультета, отвечающий за общую подготовку и организацию практики. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры.

Учебная практика является стационарной практикой на базах организаций и предприятий на основе соглашений или договоров, заключаемых кафедрой «Социальных и информационных технологий».

Основным содержанием Учебной практики является приобретение практических навыков выполнения практических учебных, учебно-исследовательских, научно-исследовательских заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся, а также выполнения индивидуального задания для более глубокого изучения какого-либо вопроса профессиональной деятельности.

Учебная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных - УК-1. УК-2, УК-3, УК-6; общепрофессиональных - ОПК-6, ОПК-7; профессиональных – ПК-1, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-7.

Объем Учебной практики 6 зачетных единиц, 216 академических часов, практическая подготовка – 60 часов.

Промежуточный контроль в форме – зачета.

**Б2.В.02.01 (П) ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ**

Производственная практика входит в часть формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы подготовки направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Производственная практика реализуется на социальном факультете кафедрой социальных и информационных технологий. Производственная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: универсальных - УК-1. УК-2, УК-3, УК-5, УК-6; общепрофессиональных - ОПК-1, ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7; профессиональных – ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7.

 Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от факультета, отвечающий за общую подготовку и организацию практики. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры. Учебная практика является стационарной практикой на базах организаций и предприятий на основе соглашений или договоров, заключаемых кафедрой «Социальных и информационных технологий». Основным содержанием производственной практики является приобретение практических навыков выполнения практических учебных, учебно-исследовательских, научно-исследовательских заданий, соответствующих характеру будущей профессиональной деятельности обучающихся, а также выполнения индивидуального задания для более глубокого изучения какого-либо вопроса профессиональной деятельности.

Объем производственной практики 15 зачетных единиц, 540 академических часов. Промежуточный контроль в форме – дифференцированного зачета.

**Б2.В.02.02 (ПД) ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА: ПРЕДДИПЛОМНАЯ**

Преддипломная практика входит в обязательный раздел основной образовательной программы магистратуры по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и представляет собой вид учебных занятий, непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся. Преддипломная практика реализуется на социальном факультете кафедрой «Социальных и информационных технологий». Общее руководство практикой осуществляет руководитель практики от факультета, отвечающий за общую подготовку и организацию практики. Непосредственное руководство и контроль выполнения плана практики осуществляет руководитель практики из числа профессорско-преподавательского состава кафедры.

 Преддипломная практика является стационарной проходимая студентами на базах организаций и предприятий на основе соглашений или договоров, заключаемых кафедрой «Социальных и информационных технологий». Основным содержанием практики является приобретение, совершенствование и углубление навыков практической профессиональной деятельности и выполнение индивидуального задания по практике.

Преддипломная практика нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: УК-1, УК-2, УК-3, УК-4, УК-5, УК-6, УК-7, УК-8, УК-9, УК-10; ОПК-1; ОПК-2, ОПК-3, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-6, ОПК-7; ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4, ПК-5, ПК-6, ПК-7.

 Объем практики – 324 академических часов. Итоговой контроль в форме дифференцированного зачета.