

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Философские проблемы науки и техники

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать компетенции обучающихся по дисциплине «Философские проблемы науки и техники» с целью использования их в практической деятельности и при оценке событий научной и общественной жизни.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. История возникновения и развития науки.

Раздел 2. Культурно-исторические формы науки.

Раздел 3. Наука и техника как предметы философской рефлексии.

3. Перечень компетенций

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Иностранный язык в профессиональной деятельности

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся систему языковых знаний и коммуникативных умений и навыков практического владения современным иностранным языком для своевременного знакомства с новыми достижениями в соответствующей сфере профессиональной деятельности, установления контактов с зарубежными специалистами и повышения профессионального мастерства, общей культуры и культуры речи.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Алгоритм работы над научно-техническим текстом

Раздел 2. Деловая коммуникация в профессиональной сфере.

Раздел 3. Аспекты трудоустройства.

Раздел 4. Алгоритм работы над письменной научной речью.

Раздел 5. Основы эффективной презентации на иностранном языке.

Раздел 6. Перспективы развития профессиональной сферы.

3. Перечень компетенций

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Планирование карьеры и основы лидерства

1. Цель изучения дисциплины:

- формирование компетенций обучающегося, необходимых для трудоустройства и построения карьеры, принципов построения карьеры, подготовка студентов к самостоятельному поиску работы, адаптации к рынку труда;
- формирование компетенций обучающегося в области профессиональных знаний, теории, принципов и основ лидерства, а также навыков формирования, развития и совершенствования лидерских качеств в менеджменте;
- изучение основ командообразования с целью принятия стратегических и оперативных управленческих решений;
- овладение навыками урегулирования конфликтов и налаживание необходимых межличностных, групповых и организационных коммуникаций на основе современных технологий управления персоналом.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические вопросы управления деловой карьерой

Раздел 2. Управление деловой карьерой на разных этапах управления персоналом.

Раздел 3. Кадровый резерв персонала и планирование карьеры

Раздел 4. Требования современного рынка труда к выпускникам вузов

Раздел 5. Проблема лидерства в современном менеджменте

Раздел 6. Лидерство как психологический феномен. Личность лидера.

Раздел 7. Лидерство и власть в команде.

3. Перечень компетенций

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Мировые культуры и межкультурные коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области навыков восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. Выработать способность толерантного восприятия культурных, социальных, национальных, расовых, конфессиональных различий. Развить навыки эффективного взаимодействия в условиях разнообразия культур и межкультурного диалога как способа отношения к культуре и обществу. Сформировать умение организовывать коммуникационный процесс в ходе повседневного и делового общения с учетом понимания культурного контекста.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теория межкультурных коммуникаций

Раздел 2. Культурное многообразие мира

3. Перечень компетенций

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Управление проектами

1. Цель изучения дисциплины:

формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических навыков, необходимых для эффективной деятельности в области управления проектами в различных сферах деятельности.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Концепция и методология управления проектами

Раздел 2. Технология проектной деятельности

Раздел 3. Оценка эффективности и завершение проекта

3. Перечень компетенций

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Теория и философия медиакоммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать целостное представление о медиасистеме как среде существования рекламы и PR, а также выработать способность использовать философско-теоретические подходы для прогнозирования коммуникативных эффектов и управления общественным мнением.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ И ИСТОРИЯ МЕДИАФИЛОСОФИИ

Раздел 2. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ И ЭВОЛЮЦИЯ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Раздел 3. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФИЛОСОФИИ И ТЕОРИИ ЦИФРОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

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

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

История публичных коммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области истории публичных коммуникаций, а также комплекс знаний, умений и навыков анализа коммуникационной среды развития общественных и государственных институтов в исторической ретроспективе.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основания дисциплины

Раздел 2. Эволюция публичных коммуникаций (архаика, европейское Средневековье)

Раздел 3. Эволюция публичных коммуникаций (Новое время современность)

3. Перечень компетенций

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

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

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов

1. Цель изучения дисциплины:

Развить у студентов навыки маркетингового анализа и аудита бизнес-процессов для повышения эффективности рекламных и PR-кампаний.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основы маркетингового анализа и аудита

Раздел 2. Инструментарий анализа бизнес-процессов в рекламе и PR

Раздел 3. Аудит маркетинговых и коммуникационных бизнес-процессов

Раздел 4. Оценка эффективности и оптимизация на основе аудита

3. Перечень компетенций

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Курсовой проект, Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Конфликтология и этика деловых коммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать у магистрантов компетенции по диагностике, моделированию и этически-обоснованному урегулированию конфликтов в профессиональной коммуникации, обеспечивающие устойчивость деловой репутации и социальную ответственность организации.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основы конфликта и этики в PR

Раздел 2. Технологии управления конфликтами и переговоры в коммуникациях

Раздел 3. Институциональная и правовая этика PR-деятельности

3. Перечень компетенций

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

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Основы научных исследований в профессиональной сфере

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать систему знаний о методологии, логике и организации научного исследования в сфере рекламы и бизнес-коммуникаций.

Развить умение формулировать научную проблему, цели, задачи, объект и предмет исследования применительно к профессиональной деятельности.

Освоить методы сбора, обработки и анализа эмпирических данных для обоснования управленческих и коммуникационных решений.

Выработать навыки критической оценки научной литературы, результатов исследований и рекламной практики.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Методологические основы научного познания в рекламе

Раздел 2. Методы сбора и анализа данных в рекламных коммуникациях

Раздел 3. Организация и представление результатов исследования

3. Перечень компетенций

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

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Интегрированные маркетинговые коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать у студентов комплексные теоретические знания и практические навыки разработки и реализации эффективных интегрированных маркетинговых коммуникаций для решения стратегических и тактических задач в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИМК

Раздел 2. ИНСТРУМЕНТАРИЙ И КАНАЛЫ ИМК

Раздел 3. УПРАВЛЕНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ЭТИКА ИМК

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Академическое письмо

1. Цель изучения дисциплины:

Целью обучить студентов правилам оформления научных текстов, цитирования источников, этике научных исследований, а также развить у них навыки поиска, анализа и структурирования информации. В результате изучения дисциплины студенты должны быть способны самостоятельно проводить исследования, писать научные тексты, правильно оформлять источники, а также соблюдать академическую этику. Кроме того, целью дисциплины является подготовка студентов к публикации научных статей, защите выпускной работ

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы академической коммуникации

Раздел 2. Язык и стиль научного текста

Раздел 3. Подготовка и защита письменных работ

3. Перечень компетенций

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

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Правовые основы защиты интеллектуальной собственности

1. Цель изучения дисциплины:

-сформировать компетенции обучающегося в области защиты интеллектуальной собственности.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Общие вопросы управления инновациями и интеллектуальной собственностью

Раздел 2. Экономические и социологические аспекты интеллектуальной собственности

3. Перечень компетенций

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Управление коммуникационным агентством

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать у обучающихся комплексные представления о менеджменте коммуникационного бизнеса и практические навыки управления агентством как предпринимательской структурой, включая стратегическое планирование, управление проектами и клиентскими отношениями, финансовый и кадровый менеджмент, что необходимо для успешной профессиональной деятельности в качестве руководителя подразделений или агентства в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Стратегические основы управления агентством

Раздел 2. Операционное управление и внутренние процессы

Раздел 3. Клиентские отношения и развитие агентства

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Планирование и реализация коммуникационных кампаний

1. Цель изучения дисциплины:

формировать компетенции обучающегося в области методов исследования целевой аудитории для реализации эффективных рекламных и PR-кампаний, способов анализа потребительского поведения, принципов разработки креативной и медийной стратегии в рамках осуществления рекламных и PR-коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Анализ внешней и внутренней коммуникационной среды кампании

Раздел 2. Разработка и оценка эффективности коммуникационных кампаний

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Цифровые технологии в профессиональной сфере

1. Цель изучения дисциплины:

формирование систематизированных теоретических знаний в области применения информационных технологий в профессиональной деятельности и современных методов обработки и анализа данных, получение практических навыков использования программного инструментария в своей профессиональной деятельности

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Цифровые технологии в профессиональной деятельности

Раздел 2. Использование информационных технологий при критическом анализе проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработке стратегий в профессиональной деятельности

Раздел 3. Применение информационных технологий в коммуникативной деятельности и межкультурном взаимодействии

3. Перечень компетенций

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Экономика и финансы в рекламной деятельности

1. Цель изучения дисциплины:

освоение обучающимися системных знаний об экономическом аспекте рекламной деятельности с последующим их применением в профессиональной сфере.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Фирма в рыночном хозяйстве

Раздел 2. Рекламная деятельность в условиях рыночной экономики

Раздел 3. Особенности рынка рекламных услуг зарубежных стран

Раздел 4. Рекламные агентства

Раздел 5. Персонал рекламного агентства

Раздел 6. Прибыль и валовый доход в рекламной деятельности

Раздел 7. Экономическая эффективность рекламной деятельности

Раздел 8. Разработка рекламного бюджета

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять анализ и оценку эффективности рекламных и PR-мероприятий

ПК-4 Способен влиять на результаты бизнеса через разработку и интеграцию стратегических маркетинговых коммуникаций.

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Курсовой проект, Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Управление стоимостью бренда

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование комплекса компетенций по разработке и реализации коммуникационных стратегий, направленных на создание, капитализацию и повышение стоимости бренда как ключевого нематериального актива компании.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТОИМОСТИ БРЕНДА

Раздел 2. ДИАГНОСТИКА И ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРЕНДА

Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ СТОИМОСТЬЮ БРЕНДА

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.

ПК-4 Способен влиять на результаты бизнеса через разработку и интеграцию стратегических маркетинговых коммуникаций.

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Курсовой проект, Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Управление репутацией и кризисными коммуникациями

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование у обучающихся комплекса углубленных теоретических знаний и прикладных управленческих компетенций, необходимых для разработки и реализации стратегий поддержания благоприятного имиджа, обеспечения репутационной устойчивости организаций различных отраслей и сфер деятельности, а также для эффективного функционирования в условиях информационных кризисов и неопределенности внешней среды.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕПУТАЦИЕЙ

Раздел 2. ТЕХНОЛОГИИ АНТИКРИЗИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Раздел 3. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ПОСТКРИЗИСНОЕ ВОССТАНОВЛЕНИЕ

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Стратегия маркетинговых коммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование у магистров комплексного системного мышления и практических навыков разработки, интеграции и оценки эффективности стратегий маркетинговых коммуникаций для достижения долгосрочных конкурентных преимуществ организаций.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Методологические основы и архитектура стратегии маркетинговых коммуникаций

Раздел 2. Инструментальное планирование и синтез каналов в стратегии

Раздел 3. Цифровая трансформация, эффективность и управление стратегией

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.

ПК-4 Способен влиять на результаты бизнеса через разработку и интеграцию стратегических маркетинговых коммуникаций.

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Взаимодействие с органами власти

1. Цель изучения дисциплины:

1. Сформировать системное понимание управления рекламными проектами и коммуникациями в условиях цифровой трансформации рынка.
2. Развить навыки стратегического планирования рекламных кампаний на основе анализа потребительского поведения и бизнес-задач заказчика.
3. Обеспечить владение инструментарием оценки эффективности рекламных коммуникаций на всех этапах их реализации.
4. Научить применять правовые и этические нормы при разработке и размещении рекламных материалов.
5. Сформировать компетенции по управлению репутацией и брендом в современной медиасреде.
6. Развить способность к организации командной работы и взаимодействию со смежными подразделениями при создании коммуникационных продуктов.
7. Подготовить к самостоятельной разработке и защите комплексных коммуникационных решений для различных отраслей бизнеса.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Государство как субъект деловых коммуникаций

Раздел 2. Инструменты и практики эффективного взаимодействия

Раздел 3. Стратегическое управление отношениями с органами власти

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Оценка эффективности рекламных мероприятий

1. Цель изучения дисциплины:

подготовить обучающихся к анализу рекламных мероприятий разного типа на разном этапе жизненного цикла посредством использования маркетинговых исследований.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Планирование рекламных мероприятий

Раздел 2. Качественные и количественные методы исследований в рекламе

Раздел 3. Коммуникативная эффективность рекламы

Раздел 4. Экономическая эффективность рекламы

Раздел 5. Медиа измерения в рекламе

Раздел 6. Маркетинговые исследования в рекламе

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять анализ и оценку эффективности рекламных и PR-мероприятий

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Стратегии и психология сложных переговоров

1. Цель изучения дисциплины:

формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических компетенций в области стратегического планирования, психологического сопровождения и эффективного ведения сложных переговорных процессов в профессиональной сфере рекламы и современных коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Типология переговорного поведения по системе Томаса

Раздел 2. Конструктивная» тактика ведения переговоров

Раздел 3. «Жесткая» тактика ведения переговоров

Раздел 4. «Мягкая» тактика ведения переговоров

Раздел 5. Манипуляции в переговорах

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Публичные выступления и риторика

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать у студентов систему знаний и практических навыков в области риторики и публичных выступлений, позволяющую эффективно, убедительно и психологически адаптированно взаимодействовать с различными аудиториями в профессиональной сфере рекламы и PR.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы риторики и психологии публичной коммуникации

Раздел 2. Подготовка и структура выступления

Раздел 3. Психология воздействия и работа с аудиторией

Раздел 4. Речевая техника и невербальная коммуникация

Раздел 5. Жанровое разнообразие и прикладные аспекты

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Медиа мониторинг

1. Цель изучения дисциплины:

формирование у магистрантов системных знаний и прикладных навыков организации и проведения эффективного медиамониторинга как основы для принятия стратегических и тактических решений в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основы медиа мониторинга

Раздел 2. Инструментарий и технологии медиа мониторинга

Раздел 3. Прикладной анализ и управленческие решения

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять анализ и оценку эффективности рекламных и PR-мероприятий

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Медиа аналитика

1. Цель изучения дисциплины:

формирование у обучающихся целостной системы теоретических знаний и практических компетенций в области сбора, обработки, интерпретации и прогнозного анализа медиаданных, необходимых для разработки и обоснования эффективных стратегий управления репутацией, рекламными кампаниями и коммуникационными проектами в условиях цифровой трансформации медиасреды и многоканальности коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основы медиа аналитики

Раздел 2. Прикладная медиа аналитика и принятие решений

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять анализ и оценку эффективности рекламных и PR-мероприятий

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	<u>42.04.01 Реклама и связи с общественностью</u>
Профиль подготовки: (специализация)	<u>Реклама и современные коммуникации в бизнесе</u>
Уровень образования:	<u>магистратура</u>

Использование нейросетей в пиар-деятельности

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование у студентов магистратуры системы теоретических знаний и прикладных компетенций в области интеграции технологий искусственного интеллекта (генеративных нейросетей, LLM, компьютерного зрения) в стратегические и тактические процессы PR-деятельности, включая аналитику, креацию, коммуникацию и антикризисное управление.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Стратегические основы применения нейросетей в PR

Раздел 2. Прикладные инструменты и создание PR-контента

Раздел 3. Управление проектами, рисками и правовое регулирование

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Использование нейросетей в рекламе

1. Цель изучения дисциплины:

обеспечение слушателей теоретическими знаниями и практическими навыками, необходимыми для формирования компетенций по применению нейросетей и искусственного интеллекта в работе с текстовыми, графическими и медиаформатами.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в ИИ и нейросети: базовые понятия и применение в коммуникациях.

Раздел 2. Нейронные сети для прогнозирования и принятия решений в бизнесе

Раздел 3. AI в PR: от медиааналитики до кризиса менеджмента

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация рабочей программы дисциплины

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Основы теории рекламы и пиар

1. Цель изучения дисциплины:

Подготовка высококвалифицированных специалистов, способных на основе фундаментальных теоретических знаний в области рекламы и связей с общественностью разрабатывать эффективные коммуникационные стратегии, управлять репутационными рисками и оценивать результативность интегрированных маркетинговых коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Раздел 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ И ИНСТРУМЕНТАРИЙ РЕКЛАМЫ И PR

Раздел 3. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ В ИНДУСТРИИ

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Аннотация программы практики

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

1. Цель практики:

Углубление и закрепление профессиональных компетенций магистрантов в области планирования, организации и анализа рекламных и PR-коммуникаций в бизнес-среде, а также выработка навыков самостоятельного решения прикладных задач с использованием современных медиатехнологий и межкультурных подходов.

2. Содержание практики

Этап 1. Организационно-подготовительный этап

Этап 2. Аналитический этап

Этап 3. Творческо-производственный этап

Этап 4. Итоговый этап

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

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

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость практики

6 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Аннотация программы практики

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

1. Цель практики:

является формирование у обучающихся компетенций, необходимых для профессиональной научно-исследовательской деятельности в сфере рекламы и современных коммуникаций в бизнесе, включая способность применять современные коммуникативные технологии (в том числе на иностранном языке), управлять проектами на всех этапах их жизненного цикла, анализировать и оценивать эффективность рекламных и пиар-мероприятий, а также разрабатывать и интегрировать стратегические маркетинговые коммуникации для достижения бизнес-результатов.

2. Содержание практики

Этап 1. Раздел 1. Организационный этап.

Этап 2. Раздел 2. Разработка инструментария и сбор первичных данных.

Этап 3. Раздел 4. Обработка и анализ полученных данных

Этап 4. Раздел 5. Оформление отчёта и подготовка к защите

Этап 5. Раздел 6. Итоговая аттестация (защита отчёта).

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять анализ и оценку эффективности рекламных и PR-мероприятий

ПК-4 Способен влиять на результаты бизнеса через разработку и интеграцию стратегических маркетинговых коммуникаций.

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

4. Общая трудоемкость практики

6 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Аннотация программы практики

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Производственная практика (профессионально-творческая практика, включая проектную деятельность)

1. Цель практики:

Формирование и развитие профессиональных компетенций в области разработки и реализации коммуникационных стратегий, управления проектами и командной работой, а также практическое применение системного и критического анализа для решения профессиональных задач в сфере рекламы и связей с общественностью через выполнение реальных проектных и творческих заданий.

2. Содержание практики

Этап 1. Организационный этап

Этап 2. Аналитико-подготовительный этап

Этап 3. Проектно-творческий этап

Этап 4. Реализационно-отчётный этап

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

4. Общая трудоемкость практики

9 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Аннотация программы практики

Направление подготовки: (специальность)	42.04.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль подготовки: (специализация)	Реклама и современные коммуникации в бизнесе
Уровень образования:	магистратура

Производственная практика (преддипломная практика)

1. Цель практики:

является завершение подготовки магистра к самостоятельной профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, развитие способности критически анализировать проблемные ситуации, организовывать командную работу, а также сбор, систематизация и анализ практического материала, необходимого для выполнения выпускной квалификационной работы (магистерской диссертации).

2. Содержание практики

Этап 1. Организационно-подготовительный этап

Этап 2. Аналитико-исследовательский этап

Этап 3. Заключительный этап

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять анализ и оценку эффективности рекламных и PR-мероприятий

ПК-2 Способен разрабатывать и реализовывать коммуникационные стратегии.

ПК-3 Способен управлять прямыми и опосредованными коммуникациями.

ПК-4 Способен влиять на результаты бизнеса через разработку и интеграцию стратегических маркетинговых коммуникаций.

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

4. Общая трудоемкость практики

9 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой