

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Философия»

Аннотация

Дисциплина «*Философия*» является частью Блока 1 дисциплин (модулей) ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиля «Реклама и связи с общественностью в отрасли» и предназначена студентам 2 курса (3 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой философии факультета базового телекоммуникационного образования.

Цель дисциплины: формирование у студентов общего представления о концептуальной специфике философии, о ее роли в современном мире, о связи философии и технических наук, о значении философии для формирования целостного мировоззрения, о воздействии философии на науку, религию, политику, обыденную жизнь людей. В курсе изучаются: основные философские проблемы и концепции, оказавшие определяющее воздействие на человеческую историю, рассматриваются основные философские категории, дается представление о современном состоянии философии, об основных разделах философского знания, таких как онтология, гносеология, методология, учение о сознании, социальная философия и др. При этом, учебный курс строится по историческому и логическому принципу, когда содержание философских учений раскрывается в их непосредственной связи с соответствующим духом времени.

Задачи дисциплины: заключаются в том, чтобы сформировать у студентов комплексное представление о специфике и закономерностях развития философской мысли, рассмотреть основные идеи философии в их историческом развитии; усвоение основных философских понятий и овладение основами философской аргументации; способствовать развитию у студентов интереса к философии, показать роль и место философии в современной жизни и в истории общества, дать основу знаний о развитии философской мысли в процессе ее становления; дать представление о научных, философских и религиозных картинах мира, познакомить с основными учениями в области гуманитарных наук; способствовать пониманию сущности, назначению и смысла жизни человека, взаимоотношения духовного и телесного, биологического и социального начал в человеке, условий формирования личностей, ее свободы и ответственности; развить понимание сущности сознания, роли самосознания в общении, поведении и деятельности людей, представлении о многообразии форм человеческого знания. соотношения истины и заблуждения, знания и веры, рационального и иррационального в человеческой жизнедеятельности, особенностях функционирования знания в обществе; познакомить с особенностями развития духовной сферы, дать представление о сущности культуры и многообразии культурных форм.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Универсальные компетенции (УК)		
УК-1	Способен осу-	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения ин-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	формации. УК-1.2. Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач. УК-1.3. Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знать: основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2. Уметь: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.3. Владеть: практическими навыками анализа философских и исторических фактов.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (123 часов), контроль* (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Политология»

Аннотация

Дисциплина «Политология» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (4 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой связей с общественностью факультета информационных систем и технологий.

Целями освоения дисциплины: формирование целостной системы представлений о фундаментальных политических учениях, теориях и практиках, в достижении понимания закономерностей функционирования и развития политической сферы. Курс призван помочь студентам ориентироваться в знаниях основ правового государства, взаимодействии политической власти и общества.

Задачи дисциплины:

- изучение базовых понятий политологии, правовых основ построения общества на принципах гуманизма, свободы и демократии;
- формирование системного представления о политической действительности, ценностного отношения к категориям законности, правового порядка, демократии;
- выработка умений и навыков в использовании полученных знаний с целью совершенствования и развития общества на принципах гуманизма;
- формирование правового сознания.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения: «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знать: совокупность политических, экономических факторов правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3. Владеть: навыками выполнения профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (92 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Государственное и муниципальное управление в Российской Федерации»

Аннотация

Дисциплина «Государственное и муниципальное управление в РФ» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 и 4 курса (6 и 7 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: в систематическом виде изложить студентам основные представления о системе органов государственной и муниципальной власти, основные правовые основы современности; общие характеристики сбора, передачи, обработки и накопления информации; направления информатизации государственного и муниципального управления; функции, типологию, условия и факторы качества управленческих решений.

Задачи дисциплины:

- знать и уметь использовать нормативные правовые документы в своей деятельности;
- знать свои права и обязанности как гражданина своей страны; уметь использовать действующее законодательство РФ, правовые документы в своей деятельности; демонстрировать готовность и стремление к совершенствованию и развитию общества на принципах гуманизма, свободы и демократии.
- уметь использовать базовые навыки общения, устанавливать, поддерживать и развивать деловые отношения с представителями различных государственных, общественных структур, политических организаций, СМИ, информационными, рекламными, консалтинговыми агентствами;
- владеть культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;
- владеть приемами саморазвития и повышения своей квалификации и мастерства;
- осознавать социальную значимость своей будущей профессии, обладать высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа-	ОПК-2.1. Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК-2.3. Владеть: навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных ин-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ституты в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (6 семестр) и экзамена (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (12 часов), практические занятия (14 часов), самостоятельная работа студента (213 часов), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Коммуникации с государственными и общественными организациями»

Аннотация

Дисциплина **«Коммуникации с государственными и общественными организациями»** является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (8 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины:

- формирование у студентов целостной системы представлений о месте и роли коммуникации в системе государственного и муниципального управления, овладение теоретическими и аналитическими знаниями, необходимыми для осмысления современных методов и технологий управления связями с общественностью со стороны органов власти.

Задачи курса:

- усвоить теоретические основы коммуникации с государственными и общественными организациями;

- получить комплексное представление о целях, формах и конкретных технологиях планирования и реализации коммуникационного взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления с гражданами, общественными институтами, бизнесом;

- выработка навыков подготовки и принятия решений, относящихся к управлению связями с общественностью, и адекватного использования стандартных PR-приемов и механизмов по различным аспектам функционирования органов государственной власти и местного самоуправления.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-1.2. Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК -1.3. Владеть: навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (121 часов), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Иностранный язык»

Аннотация

Дисциплина «*Иностранный язык*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули) ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли» на 1-3 курсе (1-6 семестры). Дисциплина реализуется кафедрой Иностранных языков факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: освоение иностранного языка на неязыковых факультетах вузов является обучение практическому владению разговорно-бытовой и научной речью для активного применения иностранного языка как в повседневном, так и в профессиональном общении. Учебная дисциплина «Иностранный язык» нацелена на приобретение студентами коммуникативной и языковой компетенции, уровень которой позволит использовать иностранный язык в профессиональной деятельности и для дальнейшего самообразования.

Задачи:

- формирование социокультурной компетенции и поведенческих стереотипов, необходимых для успешной адаптации выпускников на рынке труда;
- развитие у студентов умения самостоятельно приобретать знания для осуществления бытовой и профессиональной коммуникации на иностранном языке – повышение уровня учебной автономии, способности к самообразованию, к работе с мультимедийными программами, электронными словарями, иноязычными ресурсами сети Интернет;
- развитие когнитивных и исследовательских умений, расширение кругозора и повышение информационной культуры студентов;
- формирование представления об основах межкультурной коммуникации, воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов;
- расширение словарного запаса и формирование терминологического аппарата на иностранном языке в пределах профессиональной сферы.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения: знать, уметь, владеть:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Универсальные компетенции (УК)		
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации УК-1.2. Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач УК-1.3. Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками
УК-4	Способен осу-	УК-4.1. Знать: принципы построения устного и письменного

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	высказывания на русском и иностранном языках; правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации. УК-4.2. Уметь: применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках УК-4.3. Владеть: навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранном языках.
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знать: нормы русского и иностранного языков, аспекты устной и письменной коммуникации ОПК-1.2. Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных ОПК-1.3. Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, аспектами устной и письменной коммуникацией

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (1-5 семестры) и экзамена (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 14 зачетных единиц, 504 часов.

Программой дисциплины предусмотрены, практические занятия (36 часов), самостоятельная работа студента (439 часов), контроль (29 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Русский язык и культура речи»

Аннотация

Дисциплина «Русский язык и культура речи» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01. Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1 семестр) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой связей с общественностью факультета информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: развитие языковой, коммуникативной и лингвистической компетенций обучающихся.

Задачи дисциплины: изучение норм русского языка; формирование навыков и умений их применения в практике делового общения (в устной и письменной формах).

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции (УК)		
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации. УК-1.2. Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач. УК-1.3. Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками.
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	Знать: принципы построения устного и письменного высказывания на русском и иностранном языках; правила и закономерности деловой устной и письменной коммуникации. Уметь: применять на практике деловую коммуникацию в устной и письменной формах, методы и навыки делового общения на русском и иностранном языках. Владеть: навыками чтения и перевода текстов на иностранном языке в профессиональном общении; навыками деловых коммуникаций в устной и письменной форме на русском и иностранных языках.
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты	ОПК-1.1. Знать: нормы русского и иностранного языков, аспекты устной и письменной коммуникации. ОПК-1.2. Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуни-

	и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	кационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.3. Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, аспектами устной и письменной коммуникацией.
--	---	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (4 часа), самостоятельная работа студента (127 часов), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«История (история России, всеобщая история)»

Аннотация

Дисциплина «История (история России, всеобщая история)» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Философии факультета Базового телекоммуникационного образования.

Цель дисциплины: исходя, главным образом, из системного и формационно-цивилизационных подходов к познанию истории, сформировать у студентов уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающихся на знание этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения.

Задачи дисциплины: 1) сформировать у студентов понимание гражданственности и патриотизма как преданности своему Отечеству, стремления своими действиями служить его интересам, в том числе и защите национальных интересов России; 2) вооружить обучающихся знанием движущих сил и закономерностей исторического процесса, места человека в нем; 3) обеспечить свободную ориентацию студентов в содержании этапов исторического развития России в контексте мировой истории и культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения; 4) сформировать уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп; 5) привить умение конструктивного взаимодействия с людьми различных категорий с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и социальной интеграции

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Универсальные компетенции (УК)		
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации. УК-1.2. Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач. УК-1.3. Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в соци-	УК-5.1. Знать: основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации.

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	ально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.2. Уметь: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.3. Владеть: практическими навыками анализа философских и исторических фактов.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (125 часов), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«История мировой литературы и искусства»

Аннотация

Дисциплина «История мировой литературы и искусства» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, предназначена студентам 1 курса (1 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Философии факультета Базового телекоммуникационного образования

Цель дисциплины: сформировать у магистров представления о мировой культуре как о величайшей общечеловеческой ценности, воплотившей временные духовные и нравственные идеалы.

Задачи дисциплины:

1. На материалах конкретных произведений литературы, живописи, музыки, зодчества, театра и других видов искусства раскрыть особенности художественно-образного мышления великих русских и зарубежных мастеров.

2. Дать представления об истоках и основных этапах исторического развития русской литературы и искусства, выявить закономерности ее эволюции в соотнесенности с традициями европейской и мировой литературы и культуры.

3. Показать русскую литературу и культуру как целостную, вобравшую исторический опыт русского народа, его миропонимание и отразившую русский национальный менталитет, религиозные философско-этические, эстетические установки.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Универсальные компетенции (УК)		
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Знать: принципы сбора, отбора и обобщения информации. УК-1.2. Уметь: применять методики поиска, сбора и обработки информации; осуществлять критический анализ и синтез информации, полученной из разных источников; применять системный подход для решения поставленных задач. УК-1.3. Владеть: навыками научного поиска и практической работы с информационными источниками.
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. Знать: основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной коммуникации. УК-5.2. Уметь: понимать и воспринимать разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. УК-5.3. Владеть: практическими навыками анализа философских и исторических фактов.

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-3	Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Знать: основы отечественной и мировой культуры; ОПК-3.2. Уметь: демонстрировать кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса; ОПК-3.3. Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов с учетом достижений отечественной и мировой культуры, а также средств художественной выразительности.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (94 часов), контроль (4 часа)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Стилистика и литературное редактирование текстов»

Аннотация

Дисциплина «*Стилистика и литературное редактирование текстов*» является частью блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1-2 курсов (2-3 семестры) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой связей с общественностью факультета информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: изучение стилистической системы русского языка, формирование навыков и умений литературного редактирования как одного из видов текстовой деятельности.

Задачи дисциплины: изучение стилистических ресурсов и норм русского литературного языка; формирование умений и навыков создания текстов различной стилевой принадлежности, использования изобразительно-выразительных средств, работы с фактическим материалом текста в различных аспектах (работа над композицией, языком и стилем материала, проверка и обработка материала, редакторский анализ).

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК- 1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1. Знать: нормы русского и иностранного языков, аспекты устной и письменной коммуникации. ОПК-1.2. Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.3. Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, аспектами устной и письменной коммуникацией.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (2 семестр) и экзамена (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (12 часов), практические занятия (14 часов), самостоятельная работа студента (249 часов), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»

Аннотация

Дисциплина «*Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1,2 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Информационных систем и технологий факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: изучение технологий по продвижению и распространению продукции средств массовой информации; изучение основных видов распространения рекламы.

Задачи дисциплины: получение практических и теоретических навыков по продвижению и распространению продукции средств массовой информации с использованием инструментов цифрового маркетинга, в частности SEO, SMM, веб-аналитика, баннерная реклама, поисковые запросы, контекстная реклама; изучение психологии рекламы в СМИ и получение практических навыков в организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ; получение навыков по контролю и оценке эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ОПК-6	Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК-6.1. Знать: современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии. ОПК-6.2. Уметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. ОПК-6.3. Владеть: навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (1 семестр), экзамена (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (12 часов), лабораторные занятия (12 часов), самостоятельная работа студента (251 час), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью»

Аннотация

Дисциплина «Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: обеспечить овладение студентами теоретическими знаниями и практическими навыками профессиональной деятельности в отделах рекламы и связей с общественностью организаций государственной коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества.

Задачи дисциплины:

- освоить базовые понятия в области профессиональной деятельности, связанные с организацией работы отделов рекламы и связей с общественностью;
- проанализировать подход к формированию, организации работы, планированию деятельности отделов рекламы и связей с общественностью;
- выявить специфику деятельности отделов рекламы и связей с общественностью в государственных, коммерческих и некоммерческих организациях;
- сформировать представление о статусе, роли и способах взаимодействия отделов по связям с общественностью с основными подразделениями организации;
- определить направления деятельности, область задач, решаемых отделами рекламы и связей с общественностью в зависимости от специфики организации.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК-1)		
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знать: нормы русского и иностранного языков, аспекты устной и письменной коммуникации ОПК-1.2. Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.3. Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, аспектами устной и письменной коммуникацией

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (125 часов), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Основы теории коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «**Основы теории коммуникации**» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1и 2 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование целостной системы представлений о теоретических концепциях коммуникации, технологиях и способах воздействия на целевые группы общественности, применяемых в PR-деятельности.

Задачи дисциплины

- освоить профессиональные базовые понятия, обслуживающие область коммуникативной практики языковой личности;
- ознакомить студентов с современными проблемами теории коммуникации,
- проанализировать систему и типологию коммуникативных кодов, принципы выбора кода с учетом социальных и культурно-исторических условий реализации коммуникативного продукта;
- помочь студентам овладеть умением ориентироваться в многообразии видов коммуникативных продуктов в зависимости от канала связи, способов предъявления авторского намерения, предполагаемого запроса адресной аудитории, умением рецензировать коммуникативный продукт в соответствии с выработанными критериями оценки эффективной коммуникации.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК- 4.1. Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности ОПК-4.2. Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов ОПК-4.3. Владеть навыками: соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета, экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студента (221 часа), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Теория и практика рекламы»

Аннотация

Дисциплина «*Теория и практика рекламы*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (3-4 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой связей с общественностью факультета информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование целостной системы представлений о рекламной коммуникации, технологиях и способах воздействия на целевые группы общественности, используемых в рекламной деятельности, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий в рекламе.

Задачи дисциплины:

- выявить особенности рекламных коммуникаций, их преимущества, структурные элементы;
- освоить профессиональные базовые понятия, используемые специалистами в рекламе, понятия, связанные с субъектами рынка рекламы;
- определить место и роль рекламы в современном обществе, особенности политической, коммерческой, социальной рекламы;
- выявить сущность и содержание основных технологий рекламной деятельности, сформировать соответствующие навыки их применения;
- ознакомить студентов с системой использования СМИ как рекламных носителей;
- выявить особенности рекламных средств, ознакомить студентов с требованиями и правилами подготовки рекламных сообщений в зависимости от выбранного канала коммуникации;
- овладеть основными инструментами поиска информации о потребностях целевых аудиторий для создания рекламных продуктов;
- ознакомить студентов с основами исследований в рекламе.
- овладеть основными инструментами поиска правовой информации, необходимой для профессиональной деятельности в связях с общественностью и рекламе;
- познакомить с видами правовой ответственности за несоблюдение действующего законодательства в профессиональной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной	ОПК-4.1 Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности ОПК-4.2 Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	деятельности	аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов ОПК-4.3 Владеть навыками: соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом ОПК-7.3. Владеть: навыками оценки эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (3 семестр) и экзамена (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (16 часов), самостоятельная работа студента (215 часа), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Теория и практика связей с общественностью»

Аннотация

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки/специальности 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (3-4 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование целостной системы представлений о PR – коммуникации, технологиях и способах воздействия на целевые группы общественности, применяемых в PR-деятельности, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий в сфере связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- выявить особенности PR-коммуникаций, их преимущества, структурные элементы;
- освоить профессиональные базовые понятия, используемые специалистами в области связей с общественностью;
- определить место и роль в коммуникации, функции связей с общественностью, особенности использования связей с общественностью в политической, коммерческой и некоммерческой сферах деятельности;
- выявить сущность и содержание основных технологий PR- деятельности, сформировать соответствующие навыки их применения;
- ознакомить студентов с системой взаимодействия PR со СМИ;
- выявить информационные основы PR-деятельности.
- овладеть основными инструментами поиска информации о потребностях целевых аудиторий для создания коммуникационных продуктов в связях с общественностью;
- проанализировать виды письменных и устных коммуникаций в связях с общественностью и их особенности;
- ознакомить студентов с основами исследований в связях с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК-4, ОПК-7)		
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности ОПК-4.2 Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		ОПК-4.3 Владеть навыками: соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом ОПК-7.3. Владеть: навыками оценки эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (3 семестр) и экзамена (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (16 часов), самостоятельная работа студента (215 часов), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Теория и практика медиакоммуникаций»

Аннотация

Дисциплина «*Теория и практика медиакоммуникаций*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1-2 курсов (2-3 семестры) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: сформировать понимание основных принципов работы с информацией для массовой аудитории с помощью каналов массовой коммуникации.

Задачи дисциплины:

- 1) изучение основных положений теории массовой информации;
- 2) изучение основополагающих норм правового и морально-этического регулирования деятельности в сфере производства, обработки и распространения массовой информации;
- 3) знакомство с практикой работы печатной прессы, радио, телевидения;
- 4) овладение основными технологиями деятельности в сфере медиакоммуникаций;
- 5) знакомство со сферой производства, обработки и распространения массовой информации.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1. Знать: нормы русского и иностранного языков, аспекты устной и письменной коммуникации. ОПК-1.2. Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.3. Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, аспектами устной и письменной коммуникацией.
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и ми-	ОПК-5.1. Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

	<p>ра, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p>ОПК-5.2. Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p> <p>ОПК-5.3. Владеть: навыками выполнения профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>
--	--	---

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (2 семестр), экзамена и курсовой работы (3 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (14 часов), самостоятельная работа студента (289 часов), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Интегрированные коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «*Интегрированные коммуникации*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (7 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: сформировать представления об особенностях интегрированных коммуникаций, месте и роли в системе интегрированных коммуникаций связей с общественностью, рекламы и маркетинговых коммуникациях.

Задачи дисциплины:

- выявить особенности интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК) и интегрированных коммуникаций (ИК), их преимущества, структурные элементы;
- освоить профессиональные базовые понятия, используемые специалистами в рекламе и связях с общественностью в контексте их роли и места в интегрированных коммуникациях;
- ознакомить с инструментами интегрированных коммуникаций и возможностями их применения.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК-2)		
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ОПК-2.3. Владеть: навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (90 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»

Аннотация

Дисциплина «*Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование целостной системы знаний о механизмах правового и этического регулирования связей с общественностью и рекламы за рубежом и в России, последствиях нарушения законов и этических стандартов профессионального поведения.

Задачи дисциплины:

- освоить базовые понятия в области связей с общественностью и рекламы, нашедших отражение в законах;
- определить место и роль правового и этического регулирования в практике связей с общественностью и рекламы;
- выявить сущность этических принципов регулирования профессиональной деятельности в связях с общественностью и рекламе, возможные последствия их нарушения.
- овладеть основными инструментами поиска правовой информации, необходимой для профессиональной деятельности в связях с общественностью и рекламе;
- познакомить с видами правовой ответственности за несоблюдение действующего законодательства в профессиональной деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Универсальные компетенции (УК- 2)		
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность УК-2.2. Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности УК-2.3. Владеть: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжи-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		тельности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией
Общепрофессиональные компетенции (ОПК-5, ОПК-7)		
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3. Владеть: навыками выполнения профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Знать: цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Уметь: осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом ОПК-7.3. Владеть: навыками оценки эффектов и последствий своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета/экзамена.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (125 час), контроль (9 часов)

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью»

Аннотация

Дисциплина «*Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью*» является частью блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (7,8 семестры) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой связей с общественностью факультета информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование способности к коммуникации в устной и письменной форме для выполнения профессиональных функций связей с общественностью и рекламы.

Задачи дисциплины: формирование знаний о системе речевых жанров публичной коммуникации и навыков подготовки публичных выступлений перед различными аудиториями. Практическая часть курса связана с этапами подготовки к выступлению, созданием текста выступления и презентациями в различных речевых жанрах и стилях.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1. Знать: нормы русского и иностранного языков, аспекты устной и письменной коммуникации. ОПК-1.2. Уметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ. ОПК-1.3. Владеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, аспектами устной и письменной коммуникацией.
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в созда-	ОПК-2.1. Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. ОПК-2.2. Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и /или коммуникационных продуктов. ОПК-2.3. Владеть навыками разностороннего освещения

	ваемых медиа-текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	тенденций развития общественных и государственных институтов 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-4.1. Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности ОПК-4.2. Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов. ОПК-4.3. Владеть навыками: соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (7 семестр), экзамена (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены:

В 7 семестре: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студента (9 часов),

В 8 семестре: лекционные занятия (10 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (153 часа), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Менеджмент»

Аннотация

Дисциплина «Менеджмент» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (2 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой цифровой экономики факультета информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний в области менеджмента; овладение методами управления; ознакомление студентов с механизмом принятия решений и оценкой их эффективности; выработка умений управления коллективами.

Задача дисциплины: изучение теоретических основ управления изменениями в организациях, освоение методов принятия тактических и оперативных решений, овладение методами делегирования полномочий, технологиями разработки и принятия управленческих решений.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Универсальные компетенции (УК)		
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. УК-2.2. Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности. УК-2.3. Владеть: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией.
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии. УК-3.2. Уметь: применять основные методы и нормы

Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды. УК-3.3. Владеть: навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия.
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Знать: основные приемы эффективного управления собственным временем; основные методики самоконтроля, саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. УК-6.2. Уметь: эффективно планировать и контролировать собственное время; использовать методы саморегуляции, саморазвития и самообучения. УК-6.3. Владеть: методами управления собственным временем; технологиями приобретения, использования и обновления социокультурных и профессиональных знаний, умений и навыков; методиками саморазвития и самообразования в течение всей жизни.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (4 часа), самостоятельная работа студента (60 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Экономика»

Аннотация

Дисциплина «Экономика» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (3 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Цифровой экономики факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: приобретение студентами комплексных знаний об основных экономических проблемах и процессах на макро и микроуровне.

Задачи дисциплины:

- изучить основные понятия и законы макро- и микроэкономики;
- научиться применять экономические законы для объяснения основных процессов рынка и экономики страны;
- овладеть навыками практического анализа, логики, различного рода рассуждений, моделирования экономических явлений и процессов.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы ОПК-5.3. Владеть: навыками выполнения профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (4 часа), самостоятельная работа студента (60 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Социология рекламы и связей с общественностью»

Аннотация

Дисциплина «Социология рекламы и связей с общественностью» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1, 2 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: создание у студентов самостоятельных навыков социологического мышления, системного восприятия и анализа социальных явлений различного уровня, получение системных представлений о сущности, направлениях и принципах организации и проведения социологических исследований как основы для последующей профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- усвоение специфики социологического понимания личности, механизмов социализации и социального контроля в рамках формирования способности к анализу поведенческих механизмов субъектов социальных отношений;
- изучение элементов социальной структуры, основных социальных институтов, критериев социальной стратификации и социальной мобильности как основы для детерминации социального и потребительского поведения;
- изучение направлений, механизмов и форм социальных изменений в контексте их сопровождения методами связей с общественностью;
- формирование навыков социологического анализа общества как социальной реальности и целостной саморегулирующейся системы;
- формирование навыков организации и проведения эмпирических социологических исследований с использованием количественных и качественных методов сбора, обработки, анализа и представления данных в рамках задач рекламы и связей с общественностью.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности ОПК-4.2. Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникацион-

		ных продуктов ОПК-4.3. Владеть: навыками соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
--	--	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (1 семестр) и экзамена (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студента (185 часов), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Психология рекламы и связей с общественностью»

Аннотация

Дисциплина «Психология рекламы и связей с общественностью» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1-2 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование целостной системы представлений о психологической составляющей рекламной и PR-коммуникации, технологиях и способах психологического воздействия на личность и целевые группы общественности.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теориями и направлениями развития психологии рекламы и связей с общественностью;
- выявить закономерности психологического воздействия и восприятия информации;
- сформировать представление о психологических механизмах воздействия рекламы;
- овладеть понятийным аппаратом, отражающим феномены психологического воздействия на человека и целевые группы общественности в рекламе и связях с общественностью;
- овладеть основными инструментами поиска информации о потребностях целевых аудиторий для создания коммуникационных продуктов в рекламе и связях с общественностью;
- овладеть навыками практической работы использования современных методов психологического влияния на целевые группы общественности в рекламе и связях с общественностью;
- ознакомить студентов с основами исследований и методами коммуникативной (психологической) оценки эффективности рекламной и PR-деятельности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции (УК)		
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1 Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом взаимодействии УК-3.2. Уметь: применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды УК-3.3. Владеть: навыками распределения ролей в

		условиях командного взаимодействия
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<p>ОПК-4.1. Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности</p> <p>ОПК-4.2. Уметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) других коммуникационных продуктов</p> <p>ОПК-4.3. Владеть навыками: соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (1 семестр) и экзамена (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часов

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студента (221 час), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Организация и проведение коммуникационных кампаний»

Аннотация

Дисциплина «*Организация и проведение коммуникационных кампаний*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3,4 курса (6, 7 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой связей с общественностью факультета информационных систем и технологий.

Цель дисциплины:

- получение студентами теоретических и практических знаний по организации и проведению коммуникационных кампаний, овладение практическими навыками применения соответствующих технологий разработки, реализации и оценки эффективности кампаний с учетом специфики коммуникационной деятельности в политической, коммерческой и некоммерческой сферах.

Задачи дисциплины:

- выявить методологические основы организации коммуникационных кампаний
- освоить профессиональные базовые понятия, используемые специалистами при организации и проведении кампаний в связях с общественностью;
- освоить методы анализа и планирования кампаний;
- ознакомить с теорией и практикой их реализации;
- сформировать соответствующие навыки применения технологий организации и проведения коммуникационных кампаний.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)		
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знать: систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития. ОПК-2.2. Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и /или коммуникационных продуктов. ОПК-2.3. Владеть навыками разностороннего освещения тенденций развития общественных и государственных институтов в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (6 семестр) и экзамена (7 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (10 часов), практические занятия (16 часов), самостоятельная работа студента (249 часов), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»

Аннотация

Дисциплина «*Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли» на 3 курсе в 6 семестре, заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Прикладной информатики факультета Информационных систем и технологий.

Целями освоения дисциплины являются формирование у студентов теоретических знаний в области управления проектами и развития практических навыков и профессиональных компетенций в части выполнения проектных работ в рекламе и связях с общественностью.

Задачи дисциплины: научиться различать стандарты и методики управления проектами в рекламе и связях с общественностью, определять состав и взаимосвязи операций, научиться оценивать ресурсы операций.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции (УК)		
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Знать: виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность УК-2.2. Уметь: проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности УК-2.3. Владеть: методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межличностной и групповой коммуникации в деловом

		<p>взаимодействии</p> <p>УК-3.2. Уметь: применять основные методы и нормы социального взаимодействия для реализации своей роли и взаимодействия внутри команды</p> <p>УК-3.3. Владеть: навыками распределения ролей в условиях командного взаимодействия</p>
--	--	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), лабораторные занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (90 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Безопасность жизнедеятельности»

Аннотация

Дисциплина «**Безопасность жизнедеятельности**» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли» предназначена студентам 4 курса (8 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Радиоэлектронных систем факультета Телекоммуникаций и радиотехники.

Цель дисциплины: формирование теоретических знаний и практических навыков для создания комфортного состояния среды обитания в зонах трудовой деятельности и отдыха человека, разработки и реализации мер защиты человека и среды обитания от негативных воздействий, проектирования и эксплуатации техники, технологических процессов и объектов связи в соответствии с требованиями их безопасности и экологичности, обеспечения устойчивости функционирования объектов связи и технических систем в обычных и чрезвычайных ситуациях, прогнозирования развития и оценки последствий чрезвычайных ситуаций, принятия решений по защите производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

Задачи: знакомство студентов с современными негативными факторами, воздействующими на среду обитания; принципами обеспечения безопасности взаимодействия человека со средой обитания; основами физиологии труда и рациональными условиями жизнедеятельности человека; средствами и методами повышения безопасности и экологичности технических систем и технологических процессов; прогнозированием чрезвычайных ситуаций и разработка мероприятий по защите населения и производственного персонала в чрезвычайных ситуациях; основами электробезопасности и производственной санитарии; правовые, нормативно – техническим и организационным основам безопасности жизнедеятельности; программными и техническими средствами информационной безопасности.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения: знать, уметь, владеть:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Универсальные компетенции (УК)		
УК-8	Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Знать: причины, признаки и последствия опасностей, способы защиты от чрезвычайных ситуаций; основы безопасности жизнедеятельности, телефоны служб спасения УК-8.2. Уметь: выявлять признаки, причины и условия возникновения чрезвычайных ситуаций; оценивать вероятность возникновения потенциальной опасности для обучающегося и принимать меры по ее предупреждению в условиях образовательного учреждения; оказывать первую помощь в чрезвычайных ситуациях

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
		УК-8.3. Владеть: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (4 часа), практические занятия (6 часов), лабораторные занятия (4 часа), самостоятельная работа студента (90 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Физическая культура и спорт»

Аннотация

Дисциплина «Физическая культура и спорт» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1 курса (1-2 семестр) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Физвоспитания факультета Базового телекоммуникационного образования.

Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

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

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции (УК)		
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной соци-	УК-7.1. Знать: основы здорового образа жизни, здоровье-сберегающих технологий, физической культуры УК-7.2. Уметь: выполнять комплекс физкультурных

	альной и профессиональной деятельности	упражнений УК-7.3. Владеть: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического совершенствования
--	--	---

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (2 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Программой дисциплины предусмотрены: лекционные занятия (2 часа), самостоятельная работа (66 часов), контроль 4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Элективные дисциплины по физической культуре и спорту»

Аннотация

Дисциплина «*Элективные дисциплины по физической культуре и спорту*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 1-3 курса (1-6 семестры) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Физвоспитания факультета Базового телекоммуникационного образования.

Целью освоения дисциплины «*Элективные дисциплины по физической культуре и спорту*» является формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи освоения дисциплины:

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

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Универсальные компетенции (УК)		
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Знать: основы здорового образа жизни, здоровье-сберегающих технологий, физической культуры УК-7.2. Уметь: выполнять комплекс

		физкультурных упражнений УК-7.3. Владеть: средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования
--	--	---

Программой дисциплины не предусмотрена промежуточная аттестация.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 328 часов.

Программой дисциплины предусмотрены: практические занятия (328 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Основы медиапланирования»

Аннотация

Дисциплина «*Основы медиапланирования*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5 семестр) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: изучение теории и овладение практикой системы управления информацией в средствах массовой коммуникации, комплексное рассмотрение подходов современного медиапланирования для оптимизации рекламных расходов.

Задачи дисциплины: 1) изучение основных количественных показателей и принципов медиапланирования; 2) изучение специфики различных рекламоносителей; 3) ознакомление с технологией выбора рекламных носителей; 4) формирование представления о сущности и структуре основных документов медиапланирования.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть навыками организации разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (157 часа), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Медиаанализ и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ»

Аннотация

Дисциплина *«Медиаанализ и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ»* является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (6 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование у студента целостного представления о природе коммуникационных процессов, каналах распространения сообщения, освоение теоретических и практических аспектов эффективного медиаанализа; а также формирование у студентов знаний и навыков по оценке эффективности рекламной продукции и PR-кампаний, для повышения управляемости и систематического достижения поставленных целей.

Задачи дисциплины:

- анализ медиа и СМИ в качестве значимых носителей рекламной и PR-информации;
- изучение основных функций и принципов медиаанализа;
- формирование навыков в области проведения медиаисследований;
- рассмотрение отдельных средств массовых коммуникаций, специфики их функций и воздействия на аудиторию;
- определение места и роли рекламы в структуре СМИК;
- практическое использование критериев выбора рекламоносителей;
- формирование практических навыков медиаанализа;
- формирования необходимого уровня знаний об общих методологических подходах в оценке эффективности рекламной продукции;
- овладение конкретными методами оценки эффективности;
- формирование навыков проведения оценки эффективности продвижения медиапродукции;

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции

		<p>СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> <p>Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p>
--	--	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме курсовой работы и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (157 часов), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Социальные коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «Социальные коммуникации» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: сформировать представления об особенностях социальных коммуникаций, их месте и роли в системе коммуникаций и значении в профессиональном становлении специалистов по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с основными теоретическими подходами к пониманию социальных коммуникаций;
- выявить особенности социальных коммуникаций, их структурные элементы и функции;
- освоить базовые понятия, отражающие сущность социальной коммуникации имеющих значение для успешной профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью;
- проанализировать профессионально-ориентированные социальные коммуникации;
- ознакомить с методологией и методами исследований социальной коммуникации, возможностях их применения при изучении явлений социальных коммуникаций.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, кон-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена, курсовой работы.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (159 часа), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Бренд-коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «**Бренд-коммуникации**» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)», ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (4 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование целостной системы знаний и навыков в области технологий создания и управления брендом.

Задачи дисциплины:

- сформировать у студентов представление о структуре и тенденциях развития рынка услуг по рекламе и связям с общественностью в России и за рубежом;
- дать определение понятию «бренд» и охарактеризовать сферу брендинга;
- рассмотреть структуру бренда;
- сформировать представление о технологиях построения бренда;
- сформировать представление о технологиях управления брендом;
- привлечь студентов к деятельности, имитирующей аспекты процесса создания и управления брендом.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (159 часа), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«*Политические коммуникации*»

Аннотация

Дисциплина «*Политические коммуникации*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (7 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины:

- в систематическом виде изложить студентам базовые теоретические и практические сведения в способах коммуникаций в сфере политики, уделив особое внимание роли связей с общественностью в этом процессе.

Задачи дисциплины

- изучение основных социально-политических подходов, используемых в политической рекламе и общественных связей в политике;
- рассмотрение закономерностей становления и развития политической рекламы и связей с общественностью в избирательных кампаниях постсоветской России;
- изучение методов и методик изучения имиджевых стратегий в политической кампании;
- овладение умением анализировать институциональную и правовую базу управления общественными связями в политике;
- овладение умением анализировать аудиторию политической рекламы и ПР в политической коммуникации,
- овладение умением анализировать массово-коммуникационные процессы в сфере связей с общественностью в политике;
- изучение закономерностей роли связей с общественностью в планировании и проведении избирательных кампаний.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности резуль-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		татов продвижения продукции СМИ ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (90 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Растровая и векторная графика»

Аннотация

Дисциплина «*Растровая и векторная графика*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (3,4 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Программного обеспечения и управления в технических системах факультета Информационных систем и технологий

Цель дисциплины: являются получение теоретических знаний о принципах, технологии, методах и средствах работы с изображениями, приобретение умений работы с растровой и векторной графикой.

Задачи дисциплины: фундаментальная подготовка студентов и формирование подходов к выполнению самостоятельных исследований студентами в области компьютерной графики и программных средств работы с ней; оттачивание навыков по работе в различных графических редакторах; формировании элементов информационной культуры.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1 Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.2 Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.3 Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
ПК-2	Способен выполнять проектирование объектов визуальной информации и	ПК-2.1 Знать: технологии реализации дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации

	коммуникации	ПК-2.2 Уметь: использовать специальное компьютерное обеспечение, необходимое для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации и коммуникации ПК-2.3 Владеть: навыками разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации
--	--------------	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (3 семестр) и экзамена (4 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), лабораторные занятия (16 часов), самостоятельная работа студента (251 часов), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Инфографика, типографика и полиграфический дизайн»

Аннотация

Дисциплина «*Инфографика, типографика и полиграфический дизайн*» является частью блока Б1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5,6 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Прикладной информатики факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: ознакомление с историей появления и развития шрифтовых гарнитур; а так же ознакомление с основными направлениями и приемами их использования в дизайне; формирование у студентов профессиональных знаний основ художественно-графического изображения шрифтов; развитие практических умений и навыков в области типографики и каллиграфии, основ построения и художественного вкуса; ознакомление с принципами и методикой выполнения различных видов и жанров художественного изображения шрифта; являются формирование у студентов профессиональных знаний основ проектирования систем визуальных коммуникаций различных видов и типов; освоение композиционных, логических, тектонических и эстетических закономерностей, графических и технических методов и приемов моделирования систем визуальных коммуникаций в реальных и виртуальных информационных средах.

Задачи изучения дисциплины:

- изучение студентами классических шрифтов и алгоритма их построения; освоение композиционных и структурных закономерностей, графических техник, методов и приёмов написания и построения шрифтовых гарнитур и композиций, а также текстовой информации; изучение студентами компьютерных шрифтов и технологических приемов работы с ними; изучить принципы и методы проектирования средств визуальной коммуникации;
- освоение студентами способов написания и инструментария рукописных шрифтов; развить практические умения и навыки в области графического дизайна, пространственного навигационного мышления и художественно-коммуникативных связей; формирование у студентов шрифтовой культуры как необходимую предпосылку для решения самостоятельных композиционных задач выработать; достаточный диапазон приемов проектирования и выражения авторских замыслов и способность самостоятельно решать разнообразные проектные задачи, используя необходимые для этого знания и навыки.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации меро-

		<p>приятый, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> <p>ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p> <p>ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>
ПК-2	Способен выполнять проектирование объектов визуальной информации и коммуникации	<p>ПК-2.1. Знать: технологии реализации дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации</p> <p>ПК-2.2. Уметь: использовать специальное компьютерное обеспечение, необходимое для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации и коммуникации</p> <p>ПК-2.3. Владеть: навыками разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации</p>

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (5 семестр) и экзамена (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 7 зачетных единиц, 252 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (8 часов), лабораторные занятия (12 часов) и т.д., самостоятельная работа студента (219 часа), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«3D-моделирование и анимационная графика»

Аннотация

Дисциплина «3D-моделирование и анимационная графика» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (7 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется Прикладной информатики факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: освоение теоретических и практических методов компьютерного 3D-моделирования объектов и анимации с применением различных пакетов прикладных программ.

Задачи дисциплины: изучение базовых инструментов создания сложных трехмерных объектов, методов модификации, изменения и редактирования объектов и их отдельных элементов, способов создания анимации.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
ПК-2	Способен выполнять проектирование объектов визуальной информации и коммуникации	ПК-2.1. Знать: технологии реализации дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации. ПК-2.2. Уметь: использовать специальное компьютерное обеспечение, необходимое для работы над дизайн-

		проектом объектов визуальной информации и коммуникации. ПК-2.3. Владеть: навыками разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации.
--	--	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), лабораторные занятия (12 часов), самостоятельная работа студента (86 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Редактирование видеоконтента»

Аннотация

Дисциплина «*Редактирование видеоконтента*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (8 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Информационных систем и технологий факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: получение студентами навыков работы с видеоконтентом, востребованным в Digital-маркетинге и СМИ.

Задачи дисциплины:

- изучение и освоение типов видеооборудования и основ работы с ним;
- изучение и освоение технологий создания видеофайлов, типов контейнеров и кодеков;
- изучение и освоение основ работы в видеоредакторах.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.
ПК-2	Способен выполнять проектирование объектов визуальной информации и	ПК-2.1. Способен выполнять проектирование объектов визуальной информации и коммуникации. ПК-2.2. Уметь: использовать специальное компью-

	коммуникации	терное обеспечение, необходимое для работы над дизайн-проектом объектов визуальной информации и коммуникации. ПК-2.3. Владеть: навыками разработки дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации.
--	--------------	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (8 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (6 часов), лабораторные занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (90 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Кризисные коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «*Кризисные коммуникации*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных навыков диагностики, анализа и прогнозирования конфликтных ситуаций разных типов и уровней, а также методов управленческого воздействия, связанных с урегулированием конфликтных и кризисных ситуаций путем переговоров и посреднических процедур.

Задачи дисциплины:

- изучить основные теоретические концепции в области кризисных коммуникаций и конфликтологии;
- освоить базовый алгоритм анализа и описания социального конфликта;
- изучить основные типологии социальных конфликтов;
- получить представление об основных сферах проявления социальных конфликтов;
- сформировать навыки управления конфликтами, а также методы их предупреждения и прогнозирования

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации

		мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ
--	--	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (159 часов), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Основы конфликтологии»

Аннотация

Дисциплина «**Основы конфликтологии**» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных навыков диагностики, анализа и прогнозирования конфликтных ситуаций разных типов и уровней, а также методов управленческого воздействия, связанных с урегулированием конфликтных и кризисных ситуаций путем переговоров и посреднических процедур.

Задачи дисциплины:

- изучить основные теоретические концепции в области конфликтологии;
- освоить базовый алгоритм анализа и описания социального конфликта;
- изучить основные типологии социальных конфликтов;
- получить представление об основных сферах проявления социальных конфлик-

тов;

- сформировать навыки управления конфликтами, а также методы их предупреждения и прогнозирования

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (159 часов), контроль (9 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Корпоративные коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «Корпоративные коммуникации» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)», ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (7 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины:

- формирование знаний, умений и навыков в области построения корпоративной политики социального субъекта, использования рекламных и PR-технологий в формировании корпоративной идентичности организации.

Задачи дисциплины:

- овладение способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах
- овладение знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью
- овладение навыками планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студента (90 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Основы имиджологии»

Аннотация

Дисциплина «**Основы имиджологии**» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью», направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 4 курса (7 семестр) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: изучение основ имиджологии, овладение методами и приемами формирования личностного и организационного имиджа, технологиями самопрезентации, а также навыками и умениями их эффективного использования в процессе профессиональной деятельности специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины: усвоение сущности имиджа и его роли в различных сферах общественных отношений; систематизация основных понятий имиджологии; овладение технологиями конструирования имиджа.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть навыками организации разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (10 часов), самостоятельная работа студента (90 часов), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Цифровые маркетинговые коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «*Цифровые маркетинговые коммуникации*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5-6 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Цифровой экономики факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины:

– формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков по методологии, организации и проведению маркетинговых исследований, формирование навыков самостоятельной работы с первичными и вторичными источниками маркетинговой информации, научной и учебной литературой, справочными материалами и периодическими изданиями, ознакомление с методами аналитической работы и практикой принятия обоснованных управленческих решений в сфере маркетинга;

– формирование у студентов знаний, умений и навыков применения инструментов интернет-маркетинга; базовая подготовка по технологиям маркетинговых исследований в Интернете и навыки по применению данных технологий, достаточные для последующей самостоятельной работы со специальной литературой и изучения специальных дисциплин.

Основные задачи изучения дисциплины:

- создание системных представлений о методологии и методах организации и проведения маркетинговых исследований;

- первичное знакомство студентов с некоторыми техниками сбора маркетинговой информации, необходимой будущим управленцам;

- формирование у студентов общего представления о целях и методах анализа собранных данных;

- обучение ориентироваться в выборе необходимых и достаточных маркетинговых исследований при решении тех или иных конкретных поставленных задач;

- обучение работе с различными источниками маркетинговой информации для проведения исследований, в том числе в сети Интернет;

- предоставление возможности овладения практическими навыками проведения простейших исследований;

- формирование у студентов необходимых теоретических знаний по интернет-маркетингу;

- ознакомление с основными инструментами интернет-маркетинга: юзабилити сайта, поисковая оптимизация, интернет-реклама;

- создание и развитие у студентов умений методического и прикладного характера, необходимых при анализе и совершенствовании интернет-маркетинга.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	<p>ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> <p>ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p> <p>ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p>

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (5 семестр), экзамена (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (12 часов), практические занятия (14 часов), лабораторные занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (243 часа), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Маркетинговые исследования»

Аннотация

Дисциплина «Маркетинговые исследования» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 3 курса (5-6 семестры), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Цифровой экономики факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: освоение теоретических положений маркетинга, и владение инструментарием маркетинга. Используя методы, принципы, разнообразные инструменты маркетинга в комплексе, необходимо свести неопределенность к некоторому оптимуму и разработать соответствующую программу действий в тактическом и стратегическом плане.

Задача дисциплины: формирование компетентности студентов в выполнении следующих функций:

- сегментация базовых рынков;
- анализ текущего положения компании на рынке (привлекательность сегментов для компании, конкурентоспособность компании на сегментах, доходность и прибыльность сегментов);
- оценка будущего положения компании при различных стратегиях развития;
- планирование комплекса маркетинга: формирование ассортимента, ценообразование, подготовка программы мероприятий по продвижению, планирование работы сбытовой сети;
- анализ результативности и эффективности мероприятий комплекса маркетинга;
- среднесрочное прогнозирование объема продаж.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		<p>результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.</p>

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета (5 семестр), экзамена (6 семестр).

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (12 часов), практические занятия (14 часов), лабораторные занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (243 часа), контроль (13 часов).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Перспективы технологий систем связи»

Аннотация

Дисциплина «*Перспективы технологий систем связи*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (4 семестр) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Сетей и систем связи факультета Телекоммуникаций и радиотехники.

Цель дисциплины: получение профессиональных базовых знаний по телекоммуникационным сетям, перспективам развития сетей связи и интернету вещей.

Задачи дисциплины:

- изучить историческое развитие сетей связи, беспроводных технологий;
- приобрести знания по основам реализации Интернета вещей, развитию беспилотного транспорта.
- изучить возможности дата-центров,
- приобрести знания о виртуальной и дополненной реальности,
- узнать о перспективах развития беспилотного транспорта.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (8 часов), лабораторные занятия не предусмотрены, самостоятельная работа студента (92 часа), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Интернет вещей»

Аннотация

Дисциплина «*Интернет вещей*» является частью Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью», предназначена студентам 2 курса (4 семестр) заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Сетей и систем связи факультета Телекоммуникаций и радиотехники.

Цель дисциплины: получение профессиональных базовых знаний по телекоммуникационным сетям, перспективам развития сетей связи и интернету вещей.

Задачи дисциплины:

- изучить историческое развитие сетей связи и беспроводных технологий;
- приобрести знания по основам реализации Интернета вещей, использованию тактильного Интернета и Интернета нано-вещей;
- уметь создавать концепт-проекты по интернету вещей, использовать Интернет вещей в жизни и реализовывать готовую продукцию с использованием Интернета вещей в СМИ.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь: применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть: навыками организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (8 часов), самостоятельная работа студента (92 часа), контроль (4 часа).

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО СВЯЗИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики»

«Теории массовой коммуникации»

Аннотация

Дисциплина «*Теории массовой коммуникации*» является частью ФТД «Факультативы» ОПОП ВО бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и связи с общественностью в отрасли», предназначена студентам 2 курса (4 семестр), заочной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цель дисциплины: получение студентами знаний об основных подходах к массовой коммуникации (лингвистика, социология, политическая экономия, философия коммуникации).

Задачи дисциплины: ознакомление 1) с историей развития зарубежных и отечественных теорий в области коммуникативистики, рассматривающих массовую коммуникацию как систему в разнообразии видов и типов, 2) с современными реалиями массовых коммуникационных процессов, в том числе в контексте новых технологических возможностей, 3) с факторами, влияющими на характер эффективности массовой коммуникации.

Дисциплина направлена на формирование компетенций выпускника и соотнесенных с ними индикаторов достижения «знать», «уметь», «владеть»:

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Профессиональные компетенции (ПК)		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвижения продукции СМИ	ПК-1.1. Знать технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.2. Уметь применять инструменты и методы организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ. ПК-1.3. Владеть навыками организации разработки маркетинговой стратегии для продукции СМИ, организации мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, контроля и оценки эффективности результатов продвижения продукции СМИ.

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

Программой дисциплины для заочной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (2 часа), практические занятия (6 часов), самостоятельная работа студента (60 часов), контроль (4 часа).