

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22), практические занятия (28), самостоятельная работа студента (58), контроль\* (36).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	ваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	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 7 зачетных единиц, 252 часа.

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (44 часа), практические занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (107 часов), контроль (45 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуника-	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

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	ционных продуктах	

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

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

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов), контроль (36 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
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

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК-4.1. Знать: принципы построения устного и письменного 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.
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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 (192 часов), самостоятельная работа студента (285 часов), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
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.
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией продукты, удовлетворяющие требованиям качества, безопасности и инновационности.	ОПК-1.1. Знать: нормы русского и иностранного языков, аспекты устной и письменной коммуникации. ОПК-1.2. Уметь: выявлять отличительные особенности

<p>стрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.</p>	<p>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.</p>
---	--

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

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

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (18 часов), практические занятия (14 часов), самостоятельная работа студента (67 часов), контроль (45 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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	УК-5.1. Знать: основные категории философии, законы исторического развития, основы межкультурной ком-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	разие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	муникации. 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (49 часов), контроль (45 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
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	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 фило-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	ском контекстах	софских и исторических фактов.
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (64 часа), практические занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (123 часа), контроль (45 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их при решении задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Знать: современные информационно-коммуникационные технологии, используемые в области профессиональной деятельности. ОПК-6.2. Уметь: выбирать современные информационно-коммуникационные технологии при решении задач профессиональной деятельности. ОПК-6.3. Владеть: навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий при решении задач профессиональной деятельности.

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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (64 часа), лабораторные занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (141 час), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК-1)</b>		
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 си-	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

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	STEM	

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

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

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов), контроль (36 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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 (1 и 2 семестр), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (40 часов), практические занятия (42 часов), самостоятельная работа студента (152 часа), контроль (18 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудиторий в	ОПК-4.1 Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности ОПК-4.2 Уметь: использовать основные инструменты поис-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	профессиональной деятельности	ка 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
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (44 часа), практические занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (134 часа), контроль (18 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК-4, ОПК-7)</b>		
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 коммуни-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		кационных 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (44 часа), практические занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (125 часов), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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 си-	ОПК-5.1. Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, наци-

	<p>стем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.</p>	<p>ональном 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.</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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (44 часа), практические занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (179 часов), контроль (45 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК-2)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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 про-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		екта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией
УК-10	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-10.1. Знать: признаки коррупционного поведения УК-10.2. Уметь: выявлять признаки коррупционного поведения УК-10.3. Владеть: навыками работы с нормативными правовыми и иными актами в сфере противодействия коррупции
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК-5, ОПК-7)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (18 часов), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (71 час), контроль (27 часов)

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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	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.

	освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.3. Владеть навыками разностороннего освещения 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 очной формы обучения предусмотрены:

В 7 семестре: лекционные занятия (32 часов), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (48 часов),

В 8 семестре: лекционные занятия (32 часов), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (84 часов), контроль (36 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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»:

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код и наименование индикаторов достижения компетенций</b>
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (18 часов), практические занятия (14 часов), самостоятельная работа студента (40 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знать: основы экономических знаний в различных сферах деятельности УК-9.2. Уметь: проводить анализ эффективности основных экономических явлений и процессов, определять наиболее эффективные способы распределения ресурсов УК-9.3. Владеть: навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	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

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
Универсальные компетенции (УК)		
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знать: основы экономических знаний в различных сферах деятельности УК-9.2. Уметь: проводить анализ эффективности основных экономических явлений и процессов, определять наиболее эффективные способы распределения ресурсов УК-9.3. Владеть: навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности
	правовых и этических норм регулирования	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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (18 часов), практические занятия (14 часов), самостоятельная работа студента (40 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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

		<p>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 6 зачетных единиц, 216 часов.

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (36 часов), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (125 часов), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (36 часов), практические занятия (42 часа), самостоятельная работа студента (147 часов), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>		
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
ОПК-6	Способен понимать	ОПК-6.1. Знать: современные информационно-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
	принципы работы современных информационных технологий и использовать их при решении задач профессиональной деятельности	коммуникационные технологии, используемые в области профессиональной деятельности. ОПК-6.2. Уметь: выбирать современные информационно-коммуникационные технологии при решении задач профессиональной деятельности. ОПК-6.3. Владеть: навыками использования современных информационно-коммуникационных технологий при решении задач профессиональной деятельности.

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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (44 часа), практические занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (143 часов), контроль (45 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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, очной 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
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
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 ко-	УК-3.1. Знать: основные приемы и нормы социального взаимодействия; основные понятия и методы конфликтологии, технологии межлич-

	манде	ностной 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
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знать: основы экономических знаний в различных сферах деятельности УК-9.2. Уметь: проводить анализ эффективности основных экономических явлений и процессов, определять наиболее эффективные способы распределения ресурсов УК-9.3. Владеть: навыками принятия обоснованных экономических решений в различных областях жизнедеятельности

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

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

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (32), лабораторные занятия (28), самостоятельная работа студента (48).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Универсальные компетенции (УК)</b>		
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для со-	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 по-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
	хранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	<p>мощь в чрезвычайных ситуациях</p> <p>УК-8.3. Владеть: методами прогнозирования возникновения опасных или чрезвычайных ситуаций; навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности</p>

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета.

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

Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (22 часа), практические занятия (14 часов), лабораторные занятия (14 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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: практические занятия (72 часа).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (32 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (84 часа), контроль (36 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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,

		<p>разработки маркетинговой стратегии для продукции 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (32 часа), практические занятия (28 часа), самостоятельная работа студента (93 часа), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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, спо-

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		собствующих увеличению продаж продукции СМИ, 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (94 часа), контроль (36 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		продукции СМИ

Программой дисциплины предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

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

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (103 часа), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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

Код	Наименование компетенции	Код и наименование индикаторов достижения компетенций
		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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 ви-	ПК-2.1 Знать: технологии реализации дизайн-проектов объектов визуальной информации и ком-

	зуальной информации и коммуникации	муникации 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (36 часов), лабораторные занятия (70 часов), самостоятельная работа студента (155 часов), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
ПК-1	Способен осуществлять организацию продвиже-	ПК-1.1. Знать: технологии организации маркетинговых исследований в области СМИ, разработки маркетинго-

	ния продукции СМИ	<p>вой 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>
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (36 часов), лабораторные занятия (56 часов), самостоятельная работа студента (142 часа), контроль (18 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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	ПК-2.1. Знать: технологии реализации дизайн-проектов объектов визуальной информации и коммуникации. ПК-2.2. Уметь: использовать специальное компьютер-

	и коммуникации	ное 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (18 часов), лабораторные занятия (42 часа), самостоятельная работа студента (48 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 ви-	ПК-2.1. Знать: технологии реализации дизайн-проектов объектов визуальной информации и комму-

	зуальной информации и коммуникации	<p>никации.</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 (8 семестр).

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

Программой дисциплины для очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (18 часов), лабораторные занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (62 часа).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 марке-

		тинговой 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (103 часа), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (103 часа), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной формы обучения. Дисциплина реализуется кафедрой Связей с общественностью факультета Информационных систем и технологий.

Цели дисциплины: изучение основ имиджологии, овладение методами и приемами формирования личного 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (64 часа), практические занятия (42 часов), лабораторные занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (127 часов), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (64 часа), практические занятия (42 часов), лабораторные занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (127 часов), контроль (27 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), лабораторные занятия не предусмотрены, самостоятельная работа студента (58 часов).

**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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) очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (22 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (58 часов).



**МИНИСТЕРСТВО ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ,  
СВЯЗИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

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), очной 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
<b>Профессиональные компетенции (ПК)</b>		
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 очной формы обучения предусмотрены: лекционные занятия (4 часа), практические занятия (28 часов), самостоятельная работа студента (40 часов).