

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«Нижегородский государственный лингвистический университет  
им. Н.А. Добролюбова»**

УТВЕРЖДАЮ:

Ректор  
Ж.В. Никонова  
«28» августа 2020 г.

Номер внутривузовской регистрации  
протокол Учёного совета  
№ 1 от 28.08.2020



**Основная профессиональная образовательная программа  
высшего образования**

Направление подготовки

**42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ  
(уровень бакалавриата)**

Направленность (профиль) программы

**Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

Квалификация (степень)

*БАКАЛАВР*

Форма обучения

**Очная / очно-заочная / заочная**

Год набора 2018

г. Нижний Новгород  
2020 год

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1. Общие положения</b> .....	3
1.1. Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП), реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере) .....	3
1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере).....	3
1.3. Общая характеристика ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью .....	4
1.4. Требования к абитуриенту.....	4
<b>2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью</b> .....	4
2.1. Область профессиональной деятельности выпускника.....	4
2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника.....	5
2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника.....	5
<b>3. Компетенции выпускника ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, формируемые в результате освоения данной программы</b> .....	6
<b>4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью</b> .....	8
4.1. Календарный учебный график.....	8
4.2. Учебный план.....	8
4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей).....	9
4.4. Аннотации программ практик.....	58
<b>5. Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью</b> .....	72
<b>6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников</b> .....	73
<b>7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)</b> .....	74
7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.....	74
7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.....	75
<b>8. Особенности организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья</b> .....	76
Приложение 1. Календарный учебный график	
Приложение 2. Учебный план	
Приложение 3. Распределение компетенций	
Приложение 4. Рабочая программа воспитания	
Приложение 5. Календарный план воспитательной работы	

## **1. Общие положения**

**1.1. Основная профессиональная образовательная программа (далее – ОПОП), реализуемая вузом по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере),** представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Университетом с учетом требований рынка труда на основе Федерального государственного образовательного стандарта по соответствующему направлению подготовки высшего образования (ФГОС ВО).

ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты, содержание, условия и технологии реализации образовательного процесса, оценку качества подготовки выпускника по данному направлению подготовки. ОПОП включает в себя: учебный план, рабочие программы учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей) и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся, а также программы учебной и производственной практик, календарный учебный график и прочие материалы, обеспечивающие реализацию соответствующей образовательной технологии.

### **1.2. Нормативные документы для разработки ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере)**

Нормативную правовую базу разработки данной ОПОП составляют:

- Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями 2020 года;

- Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997;

- Нормативно-методические документы Минобрнауки России;

- Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301;

- Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»;

- Положение о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 №885/390;

- Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки от 29 июня 2015 г. № 636, приказом Минобрнауки от 9 февраля 2016 г. № 86 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636» и приказом Минобрнауки от 28 апреля 2016 г. № 502 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636»;

- Порядок применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ (утвержден приказом Минобрнауки России от 9 января 2014 г. № 2);

- Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2018 г. № 1166, с изменениями, утвержденными приказами Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 октября 2019 г. № 1125 и от 31 декабря 2019 г. № 1508;

- Локальные нормативно-правовые акты НГЛУ, касающиеся организации образовательной деятельности;

- Программа стратегического развития Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова на период с 2020 г. по 2025 г. (утверждена на конференции работников НГЛУ 24 декабря 2019 г.).

### **1.3. Общая характеристика ОПОП по направлению подготовки**

#### **42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

1.3.1. Цель (миссия) ОПОП – обеспечить формирование специалиста в области рекламы и связей с общественностью, профессионала высокого уровня, социально мобильного, целеустремленного, организованного, трудолюбивого, ответственного, с гражданской позицией, толерантного, готового к продолжению образования и включению в инновационную деятельность на основе овладения общекультурными и профессиональными компетенциями; личности, способной ориентироваться в сложных реалиях современного мира и самостоятельно принимать адекватные решения.

1.3.2. Обучение по ОПОП бакалавриата осуществляется в очной, очно-заочной и заочной формах обучения.

1.3.3. Объем ОПОП составляет 240 зачетных единиц (далее – з.е.) вне зависимости от формы обучения. Величина зачетной единицы (1 з.е.), установленная НГЛУ, равна 27 астрономическим часам, или 36 академическим часам. Трудоемкость экзамена равна 1 з.е.

1.3.4. Нормативный срок освоения ОПОП составляет:

- в очной форме обучения – 4 года;
- в очно-заочной и заочной формах обучения – 4,5 года.

1.3.5. Объем ОПОП бакалавриата составляет:

- в очной форме обучения – 60 з.е. за один учебный год;
- в очно-заочной и заочной формах обучения – не более 75 з.е. за один учебный год.

### **1.4. Требования к абитуриенту**

Абитуриент должен иметь документ государственного образца о среднем общем образовании, среднем профессиональном образовании или высшем образовании.

При поступлении абитуриент должен предъявить результаты ЕГЭ либо пройти вступительные испытания по обществознанию, русскому языку и иностранному языку, подтверждающие освоение основных общеобразовательных программ среднего общего образования по соответствующим предметам.

## **2. Характеристика профессиональной деятельности выпускника ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

### **2.1. Область профессиональной деятельности выпускника**

Область профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОПОП бакалавриата, включает:

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

## **2.2. Объекты профессиональной деятельности выпускника**

Объектами профессиональной деятельности выпускника, освоивших ОПОП бакалавриата, являются:

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

## **2.3. Виды профессиональной деятельности выпускника:**

Виды профессиональной деятельности, к которым готовится выпускник, освоивший ОПОП бакалавриата:

- организационно-управленческая;
- проектная;
- коммуникационная;
- рекламно-информационная;
- рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая;
- информационно-технологическая.

Конкретные виды профессиональной деятельности, к которым готовится бакалавр, определяются образовательной организацией высшего образования, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов образовательной организации.

## **2.4. Задачи профессиональной деятельности выпускника**

Выпускник, освоивший ОПОП бакалавриата, в соответствии с видами профессиональной деятельности, на которые ориентирована ОПОП бакалавриата, должен быть готов решать следующие профессиональные задачи:

*организационно-управленческая деятельность:*

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;
- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

*проектная деятельность:*

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;
- подготовка проектной и сопутствующей документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

*коммуникационная деятельность:*

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;
- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

*рекламно-информационная деятельность:*

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

*рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая деятельность:*

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;

- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

*информационно-технологическая деятельность:*

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

- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных компаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

- участие в проектировании и техническом обеспечении реализуемых проектов.

### **3. Компетенции выпускника основной ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, формируемые в результате освоения данной программы**

Результаты освоения ОПОП бакалавриата определяются приобретаемыми выпускником компетенциями, т.е. его способностью применять знания, умения, навыки и личные качества в соответствии с задачами профессиональной деятельности.

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *общекультурными компетенциями:*

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими *общепрофессиональными компетенциями:*

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

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

Выпускник, освоивший программу бакалавриата, должен обладать *профессиональными компетенциями*, соответствующими виду (видам) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа бакалавриата:

*организационно-управленческая деятельность:*

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

*проектная деятельность:*

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

*коммуникационная деятельность:*

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

*рекламно-информационная деятельность:*

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

*рыночно-исследовательская и прогностно-аналитическая деятельность:*

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

*информационно-технологическая деятельность:*

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

#### **4. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) содержание и организация образовательного процесса при реализации данной ОПОП регламентируется учебным планом бакалавра с учетом его профиля; рабочими программами учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей); материалами, обеспечивающими качество подготовки и воспитания обучающихся; программами учебных и производственных практик; календарным учебным графиком.

##### **4.1. Календарный учебный график**

В календарном учебном графике (Приложение 1) представлена последовательность реализации ОПОП бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, включая теоретическое обучение, практики, промежуточные и итоговую аттестации, а также каникулы.

##### **4.2. Учебный план**

Направление подготовки – 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Направленность (профиль) подготовки – Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

Уровень подготовки – бакалавриат.

Нормативный срок обучения:

- в очной форме обучения – 4 года;
- в очно-заочной и заочной формах обучения – 4,5 года.

Учебный план составлен с учетом общих требований к условиям реализации ОПОП, сформулированных в разделе 7 ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (Приложение 2).

В учебном плане приведена логическая последовательность освоения дисциплин (модулей) базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП бакалавриата.

Дисциплины (модули), относящиеся к базовой части ОПОП бакалавриата, являются обязательными для освоения обучающимися вне зависимости от профиля программы бакалавриата, которую он осваивает. Набор дисциплин (модулей), относящихся к базовой части, Университет определяет самостоятельно в объеме, установленном ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

В соответствии с п. 6.4 и 6.5 ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) базовая часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» учебного плана предусматривает изучение следующих учебных дисциплин (модулей): История, Философия, Иностранный язык, Безопасность жизнедеятельности. Объем, содержание и порядок реализации указанных дисциплин (модулей) определяется Университетом самостоятельно.

Дисциплины (модули) по физической культуре и спорту реализуются в рамках: базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП в объеме не менее 72 академических часов (2 з.е.) в очной форме обучения; элективных дисциплин (модулей) в объеме не менее 328 академических часов. Указанные академические часы являются обязательными для освоения и в з.е. не переводятся.

Дисциплины (модули), относящиеся к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП бакалавриата, определяют профиль программы бакалавриата. Набор дисциплин (модулей), относящихся к вариативной части ОПОП бакалавриата, Университет определяет самостоятельно в объеме, установленном ФГОС ВО по направлению подготовки



42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). После выбора обучающимся профиля ОПОП, набор соответствующих дисциплин (модулей) становится обязательным для освоения обучающимся.

Обучающимся предоставлена возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору в объеме не менее 30% вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Количество часов, отведенных на занятия лекционного типа, в целом по Блоку 1 «Дисциплины (модули)» составляет не более 40% от общего количества часов аудиторных занятий, отведенных на реализацию данного Блока.

Блок 2 «Практики» учебного плана включает ученую и производственную (в том числе преддипломную) практики. Производственная практика (преддипломная) проводится для выполнения выпускной квалификационной работы и является обязательной.

Тип практики зависит от видов деятельности, на которые ориентирована ОПОП бакалавриата.

Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» учебного плана включает защиту выпускной квалификационной работы (в том числе подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты), а также подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена.

Для каждой дисциплины и практики в учебном плане указаны формы промежуточной и итоговой аттестации.

Реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (компьютерных симуляций, деловых и ролевых игр, разбор конкретных ситуаций, психологические и иные тренинги) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

#### **4.3. Аннотации рабочих программ учебных курсов, предметов, дисциплин (модулей)**

Рабочие программы учебных дисциплин обеспечивают качество подготовки обучающихся, составляются на все дисциплины учебного плана.

В рабочей программе четко сформулированы конечные результаты обучения.

Структура и содержание рабочих программ включают цель освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП, компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля), разделы дисциплины, темы лекций и вопросы, виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах), образовательные технологии, оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля), рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная), материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

### **История**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование целостного представления о ходе исторического развития, хронологии, исторических понятиях и персоналиях; изучение истории Российской цивилизации на фоне истории иных локальных цивилизаций.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Источники и методы изучения истории; проблема перехода от первобытности к цивилизации; древнейшие земледельческие цивилизации Востока; Античность как этап исторического развития; эпоха средневековья в историческом процессе. Европейская средневековая христианская цивилизация. Зарождение и развития Российской цивилизации. Цивилизации средневекового Востока – общая характеристика. Новое время в историческом процессе. Переход к Новому времени в Европе, России, в странах Нового Света, на Востоке. Тенденции исторического развития Российской цивилизации в XVII-XIX вв. Основные события исторического развития в Новейшее время.

### **Физическая культура и спорт**

#### **Цель освоения дисциплины**

Освоение студентами системы теоретических и практических знаний, умений и компетенций в области физической культуры и спорта, формирование валеологического сознания и физической культуры личности, формирование 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.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:  
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

#### **Краткое содержание**

Теоретический курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний). Курс знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Практический курс предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством беговых, игровых и силовых видов спорта, предусмотренных программой. Развитие физических качеств. Формирование психических качеств в процессе физического воспитания.

### **Русский язык и культура речи**

#### **Цель освоения дисциплины**

Расширение общегуманитарного кругозора, языковой и коммуникативной компетенций будущих специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

#### **Краткое содержание**

Язык и культура: язык как универсальное средство коммуникации и средство создания, хранения, передачи информации и культуры. Русский язык среди других языков мира:

структурные особенности русского языка, русская языковая картина мира. Современное состояние русского языка. Содержание понятия культура речи, аспекты культуры речи. Речевое общение: порождение, понимание и трансформация текстов.

### **Безопасность жизнедеятельности**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование профессиональной культуры безопасности, под которой понимается готовность и способность личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и компетенций для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности, характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9).

#### **Краткое содержание**

Современное состояние и негативные факторы среды обитания. Принципы обеспечения безопасности и рациональных условий деятельности. Последствия воздействия на человека опасных, вредных и поражающих факторов, принципы их идентификации. Средства и методы повышения безопасности, экологичности и устойчивости жизнедеятельности в техносфере. Мероприятия по защите населения и персонала объектов экономики в чрезвычайных ситуациях, в том числе, в условиях ликвидации последствий аварий, катастроф и стихийных бедствий, а также в условиях ведения военных действий. Правовые, нормативные, организационные, экономические и управленческие основы безопасности жизнедеятельности.

### **Иностранный язык**

#### **Цель освоения дисциплины**

Обеспечение базовой профессиональной подготовки бакалавров на начальном этапе обучения (I курс); формирование умений говорения (монологическая и диалогическая речь), чтения, аудирования и письма (неформальное письмо). Обучение всем видам речевой деятельности осуществляется на основе комплексного подхода. Объем каждого отдельного вида речевой деятельности регламентируется в учебно-методических комплексах (модулях).

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 16 зачетных единиц.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

#### **Краткое содержание**

Тематические компоненты:

Формирование целевых умений речевого общения на иностранном (английском) языке осуществляется в рамках следующих тематических комплексов:

1. Люди вокруг нас: семья, семейные традиции российской и британской семьи, внешность, одежда, общеевропейские праздники;

2. Мой дом: домашняя обстановка, быт британской/американской семьи.

3. День в жизни студента, включающий разделы Распорядок дня российского и британского студента, Досуг, Любимые занятия, В университете, Предметы специализации, Экзаменационная сессия, Система обучения в старейших университетах Великобритании и США.

4. Времена года, климат России и англоязычных стран, включающий разделы: Любимое время года, Каникулы, Прогноз погоды, Путешествия.

Языковые аспекты: фонетика, графика и орфография, орфоэпия, лексика, грамматика.

## **Философия**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование общекультурных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, что предполагает изучение многообразия философских концепций и специфики философского типа мышления, формирование культуры мышления и навыков философского подхода к решению профессиональных задач и актуальных проблем современной цивилизации, а также развитие философской культуры личности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6).

### **Краткое содержание**

Философия, ее место и роль в культуре. Исторические типы философии. Античная философия. Особенности средневековой философии. Философские идеи эпохи Возрождения. Философия XVII-XIX веков. Философия XX века. Русская философская мысль, ее истоки, особенности и основные этапы развития. Учение о бытии. Человек как предмет философских размышлений. Человек и общество. Человек и культура. Проблема сознания в философии и науке. Познание как философская проблема. Философия коммуникации. Наука и техника. Будущее человечества.

## **Экономика**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов системы знаний об экономических отношениях, механизмах и закономерностях рыночной системы хозяйства.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5).

### **Краткое содержание**

Введение в экономику. Рынок. Спрос и предложение. Фирма. Типы рыночных структур. Факторные рынки. Формирование и распределение доходов. Макроэкономическое равновесие. Безработица. Инфляция. Государственное регулирование экономики. Экономический рост и экономические циклы.

## **Социология**

### **Цель освоения дисциплины**

Изучение закономерностей развития общества.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы социально-философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

### **Краткое содержание**

Социология как наука. Общество как социокультурная система. Культура как регулятор социального взаимодействия и социальных отношений. Социальные институты. Социальные организации. Социальные общности и социальные группы. Социальная стратификация. Личность как социальный тип и деятельный субъект. Социальный контроль и социальные изменения. Методология социологического исследования.

## **Основы социального государства**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование представлений о социальной политике государства как междисциплинарном научном направлении и элементе общей системы знаний о государстве, актуальных проблемах социальной политики государства и возможностей повышения ее эффективности, изучение процессов развития и становления основных моделей социального государства.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Концепции социального государства и его индикаторы. Принципы и модели социального государства. Конституционно-правовая основа социального государства. Экономическая основа социального государства. Социальная политика государства. Социальная ответственность государства.

## Правоведение

### Цель освоения дисциплины

Изучение системы знаний о праве, его сущности и роли в регулировании общественных отношений, формирование юридического мышления, общей и правовой культуры, овладение навыками исполнять и соблюдать правовые нормы, применять нормативные правовые акты в профессиональной деятельности.

### Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### Краткое содержание

Основы теории государства. Основы теории права. Конституционное право. Гражданское право. Семейное право. Трудовое право. Уголовное право. Основы экологического права. Основы информационного права. Защита прав потребителей товара (работы, услуг).

## Психология

### Цель освоения дисциплины

Формирование у студента теоретических основ и методологического базиса психологии, знаний о механизмах и закономерностях функционирования и развития психики, а также умений использовать полученные психологические знания в практике профессиональной деятельности.

### Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

### Краткое содержание

Предмет, объект, задачи и методы психологии. История развития психологического знания и основные направления в психологии. Основные подходы к пониманию личности и её структуры. Закономерности, условия и источники развития личности. Мотивационно-потребностная сфера личности. Внутренние преграды и конфликты в мотивационной сфере. Ценности и идеалы личности, её самоопределение.

Познавательная деятельность и познавательные способности личности. Регуляция познавательной активности личности. Эмоционально-волевая сфера личности и её структура. Активность, саморегуляция и самоорганизация личности. Индивидуально-психологические особенности личности. Способности и деятельность.

Общение и коммуникативный потенциал личности. Структура общения. Система коммуникативных свойств и способностей личности. Роль общения в профессиональной деятельности. Личность и группа. Межличностные отношения в группе. Социально-психологический климат в группе. Психологические проблемы эффективности групповой

деятельности. Причины возникновения, стадии протекания и методы разрешения конфликтов. Групповые нормы. Групповая совместимость и сплочённость. Особенности взаимодействия личности с группами разного уровня развития. Лидерство и руководство в группе. Групповое решение.

## **Математика**

### **Цель освоения дисциплины**

Изучение основ математики, математической логики, теории вероятностей и математической статистики; методов формулирования и решения рационалистических проблем, относящихся к любому виду человеческой деятельности, формирование математического аппарата, развитие математической культуры.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

### **Краткое содержание**

Элементы аналитической геометрии. Линейная алгебра. Действительные функции и предел. Дифференциальное исчисление. Интегральное исчисление. Элементы высшей алгебры. Теория вероятностей. Математическая статистика.

## **Информатика**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование навыков в постановке задачи для решения ее с использованием персонального компьютера, в выборе инструментального средства для ее решения, эффективной работы с выбранным инструментальным средством.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

### **Краткое содержание**

Информатика как наука и учебная дисциплина. Информация и информационные процессы. Представление данных и организация их хранения. Вычислительная техника. Аппаратные и программные средства. Основы работы с прикладными программами общего назначения. Алгоритмизация и программирование. Компьютерные сети. Основы компьютерной безопасности и защиты информации.

### **Пакеты прикладных программ**

#### **Цель освоения дисциплины**

Изучение различных видов компьютерной графики, овладение навыками создания, преобразования и редактирования графических изображений, разработка рабочих и презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

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

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

#### **Краткое содержание**

Введение в компьютерную графику. Основные приемы работы с растровым редактором Adobe Photoshop. Создание многослойных композиций в Adobe Photoshop. Основные приемы работы с векторным графическим редактором CorelDRAW. Планирование и создание макета с использованием элементов CorelDraw. Верстка макетов документов.

### **Концепции современного естествознания**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование представлений об основных проблемах методологии естественных наук, истории естественных наук, социальной и культурной обусловленности научного знания, характере производства научного знания в конкретные исторические периоды, взаимном влиянии естественных и гуманитарных наук в их историческом развитии.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

#### **Краткое содержание**

Концепции современного естествознания: предмет и задачи курса. Эволюция понятия науки. Научная революция. Современная космология. Релятивистские и квантомеханические



концепции современного естествознания. Концепции эволюционной химии. Системные и синергетические системные концепции естествознания. Биологические концепции естествознания. Современная этология. Антропологические концепции. Глобальные проблемы экологии и современная естественнонаучная картина мира.

## **Религиоведение**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов представления о приоритетной роли религии в определении мировоззренческих установок и социального поведения людей в контексте культур различных наций и этносов.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12).

### **Краткое содержание**

Предмет, методы и функции религиоведения. Религия в системе культуры. Сущность религии с точек зрения различных мировоззренческих подходов, философских, религиозных и социологических теорий. Ранние формы религий. Особенности политеизма. Религии древних обществ, средиземноморья. Национальные религии. Буддизм: история возникновения, культовые и догматические особенности. Раннее христианство: генезис вероучения и культа. Культовые и догматические особенности католицизма и православия. Основные этапы истории католицизма. Протестантские церкви и секты. Основные этапы развития Русской православной церкви. Феномен старообрядчества в контексте православной традиции. Современное состояние русского православия. Ислам как мировая религия. Современные нетрадиционные религиозные культы религии в России. Проблема законодательного регулирования религиозной деятельности: отечественный и зарубежный опыт. Религиозное сознание в контексте современного информационно-коммуникативного пространства.

## **Этика и психология делового общения**

### **Цель освоения дисциплины**

Изучение теоретических основ и формирование практических навыков делового общения как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

### **Краткое содержание**

Деловое общение и его основные характеристики. Речевая культура делового общения. Невербальные средства делового общения. Психология делового общения. Формы делового общения. Основы деловой этики. Деловой этикет. Национально-культурные особенности делового общения.

### **Стилистика и литературное редактирование**

#### **Цель освоения дисциплины**

Овладение знаниями стилистической системы русского языка, формирование навыков и умений литературного редактирования как одного из видов текстовой деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

#### **Краткое содержание**

Стилистическая система русского литературного языка. Научный стиль. Официально-деловой стиль. Публицистический стиль. Язык художественной литературы. Особенности устной публичной речи. Язык и стиль средств массовой коммуникации. Функционирование лексических и фразеологических средств. Функционирование морфологических норм в речи. Имя существительное. Имя прилагательное. Имя числительное. Местоимение. Глагол. Функционирование предложения простого и сложного. Стилистика текста. Тропы и стилистические фигуры, их роль в построении текстов различных типов и назначений. Текст как объект литературного редактирования. Виды текстов и особенности работы редактора над ними. Критерии редакторской оценки: рассуждение, описание, повествование. Правка текста при литературном редактировании. Виды правки. Психологические предпосылки редактирования. Логические основы редактирования текста. Работа над композицией авторского материала. Работа над фактическим материалом. Работа над языком и стилем публикаций. Методика редактирования авторского материала.

### **Логика**

#### **Цель освоения дисциплины**

Освоение логических основ мыслительной деятельности, повышение культуры мышления и формирование умений и навыков аргументации.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

#### **Краткое содержание**

Предмет и значение логики. Логика и язык. Понятие как логическая форма. Суждение как логическая форма. Умозаключение. Виды умозаключений. Логические основы теории аргументации.

## **Основы коммуникационного и культурного менеджмента**

### **Цель освоения дисциплины**

Овладение студентами знаниями о задачах, средствах, формах и технологиях управления корпоративными коммуникациями, о методах разработки и реализации коммуникативной политики организации.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### **Краткое содержание**

Концептуальные основы коммуникационного и культурного менеджмента. Основы планирования в коммуникационном и культурном менеджменте. Методы исследования в коммуникационном и культурном менеджменте. Коммуникационные аспекты управления персоналом в организации. Коммуникационный и культурный менеджмент в кризисных ситуациях. Особенности коммуникационного и культурного менеджмента в мультикультурной среде.

## **Основы рекламы и связей с общественностью**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью, что предполагает изучение теоретических основ и формирование практических навыков рекламы и связей с общественностью как необходимого условия эффективности в дальнейшем усвоении знаний о механизмах и закономерностях функционирования и развития профессиональной деятельности, а также формирование умений использовать теоретические знания в практике профессиональной деятельности будущих специалистов по рекламе и связям с общественностью.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **Краткое содержание**

Реклама и связи с общественностью в системе культуры и массовой коммуникации. Реклама в структуре интегрированных коммуникаций. История рекламы. Протореклама, ее сущность и функции, демонстрационная функция проторекламы, знаковые средства создания образов предметно-вещественной среды, тотемы, маски, рисунки как первые сигнальные формы идентификации предметов и явлений окружающего мира. Социальные факторы формирования рекламы: культура античных городов. Виды рекламы эпохи раннего, развитого и позднего средневековья. Изобразительная и письменная реклама эпохи Средневековья. Истоки связей с общественностью в древнем мире. Элементы связей с общественностью в ритуализированных формах регламентации коммуникативного поведения людей в аграрных цивилизациях. Новое время – поиски новых форм связей с общественностью. Социальные, экономические и политические причины разработки современных форм связей с общественностью (паблик рилейшнз) в XX и XXI вв. Роль связей с общественностью в системе современного гражданского общества и рыночной экономики. Определение связей с общественностью (паблик рилейшнз), основные профессиональные термины. Теоретические и прикладные проблемы в связях с общественностью. Модернизация механизмов управления коммуникационными процессами в XX и XXI вв. Современные связи с общественностью (паблик рилейшнз).

## **Основы теории коммуникации**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студента знаний об особенностях коммуникационных процессов, механизмах и закономерностях их функционирования и развития, видах и формах социальной коммуникации, об особенностях языка письменной и устной коммуникации; а также умений использовать теоретические знания в области социальной коммуникации в практике профессиональной деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **Краткое содержание**

Объект и предмет теории социальной коммуникации. Ключевые понятия. Коммуникация. Коммуникабельность. Межличностная коммуникация. Массовая коммуникация. Социальная коммуникация. Коммуникативное пространство. Коммуникативные технологии. Коммуникативные посредники. Коммуникативная личность. Коммуникативная ситуация. Общение. Интеракция. Речевая деятельность. Дискурс. Коммуникативная ситуация. Коммуникативная система. Многоаспектный характер теории социальной коммуникации. Коммуникация в культурно-историческом и социально-психологическом измерениях. Структура коммуникативного процесса. Средства коммуникации.

Коммуникативные посредники и метаязыки культуры. Виды коммуникации и их культурная обусловленность. Факторы и аудитория коммуникации: объективные и субъективные характеристики. Этнокультурная и межкультурная коммуникация. Барьеры коммуникации: психологические, языковые и социальные. Проблемы билингвизма в полиэтнических сообществах. Понимание как феномен коммуникации. Критерии эффективности коммуникации. Факторы, обуславливающие социальную значимость коммуникации. Социальные стереотипы и их роль в коммуникационном процессе. Язык коммуникации. Семиотика языка. Языковые и социальные барьеры коммуникации. Современные миграционные процессы и проблемы адаптации мигрантов к культурно-коммуникативной среде титульных этносов. Коммуникативное пространство и его составляющие. Уровни коммуникации. Семиотический, лингвистический и металингвистический уровни коммуникации. Художественно-коммуникативные компоненты кино, телевидения, литературы, политики в формировании общественного мнения. Использование элементов художественной коммуникации в рекламе и связях с общественностью.

## **Социология массовых коммуникаций**

### **Цель освоения дисциплины**

Овладение студентами теоретическими и практическими знаниями в области социологии массовой коммуникации.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10).

### **Краткое содержание**

Социология массовой коммуникации как область социологического знания. Коммуникативные, технологические и функциональные задачи социологии массовой коммуникации.

Массовая коммуникация и межличностная коммуникация. Коммуникатор и массовая аудитория. Информация и массовая информация. Каналы распространения массовой информации. Средства массовой коммуникации и средства массовой информации. СМК и другие каналы распространения информации. Возникновение массовых коммуникаций в обществе: функциональный подход. Коммуникация как фактор стабильности и развития в социуме. Этапы развития средств коммуникации. Коммуникативные функции новых социальных институтов.

Эволюция представлений взглядов социологов о роли СМИ в жизни общества и индивида. Социальные предпосылки оформления социологии СМИ как науки. Научные, прагматические, идеологические факторы развития социологии СМИ. Динамика представлений социологов на роль СМИ в жизни индивида. СМИ и индивид. Индивидуальные и социальные интересы. Тоталитарная и демократическая модель взаимоотношений. Теоретические модели взаимоотношений одноступенчатая и двухступенчатая модели. Понятие «лидера мнений». Соотношение проблемы формирования и выражения общественного мнения. Теория «спирали умолчания» Э. Ноэль и ее прикладное значение для теории взаимоотношений СМИ и индивида. Теории массовой коммуникации: когнитивная, теория социального научения, теории социализации, теории культивирования и навязывание повестки дня, теория использования и удовлетворения.

Средства массовой коммуникации как социальная подсистема. Характеристики различных способов передачи информации. Аудитория СМИ. Социальные изменения и новые потребности. Содержание процессов коммуникации в массовом обществе. Функции и роли средств массовой коммуникации.

Деятельность СМИ как реализация интересов социальных субъектов. Государство и его взаимоотношения с СМИ. СМИ как вид бизнеса. Тенденции формирования и функционирования современных средств массовой коммуникации в России.

Социологические исследования звеньев коммуникативного процесса. Место исследований о коммуникаторе в социологии СМИ. Характеристики коммуникатора как фактора успешного контакта с информацией. Отношение к информационному каналу. Критерии отбора новостей. Исследование текста как научная процедура. Аудитория как итоговый этап коммуникации. Потенциальная и реальная аудитория. Анализ содержания массовой коммуникации. Содержание информации и методика его анализа. Оценка содержания информации и продолжительности ее воздействия. Социологические исследования аудитории СМИ. Оценка последствий воздействия СМИ на индивида. Модификация общения как социологической процедуры. Анкетирование, интервью, наблюдение Качественные методики изучения аудитории. Метод фокус-групп.

Техника и технология сбора и обработки информации. Опросы общественного мнения. Социологическое исследование как основная технология сбора массовой информации. Формализованный анализ массовой текстовой информации. Метод наблюдения и его возможности при сборе информации. Опросы общественного мнения (в прессе как текст, интерактивные опросы на телевидении и радио). Специфика влияния опросов общественного мнения на межличностную коммуникацию. Влияние рейтингов общественного мнения на процесс принятия решения индивида. Профессиональные требования к публикации опросов и рейтингов.

## **Психология массовых коммуникаций**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование представления о психологических закономерностях процесса массовой коммуникации, циркулировании информационных потоков в глобализирующемся мире, актуальных вопросах современных исследований в сфере психологии массовых коммуникаций; а также общекультурных и профессиональных компетенций, умений и навыков управления массовыми коммуникациями и регулирования поведения целевых групп.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

### **Краткое содержание**

Психология массовой коммуникации в системе социальной психологии. Структура личности как база восприятия информации. Мотивация, установка и стереотип в процессе массовой коммуникации. Психология процесса коммуникации. Виды психологического воздействия в процессе массовой коммуникации. Средства массовой коммуникации в управлении массовыми психологическими процессами коммуникации. Психологические эффекты массовой коммуникации. Методы воздействия рекламы.

## **Теория и практика массовой информации**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов целостного представления о массово-коммуникативной деятельности как социально-политическом институте, системного понимания основных закономерностей процессов, протекающих в современном информационно-коммуникативном пространстве, инициирование устремленности к творческому поиску инновационных информационно-коммуникативных форм познавательной деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12).

### **Краткое содержание**

Массовая информация и массовая коммуникация: теоретические аспекты. Законодательство в сфере массово-информационной деятельности. Специфика каналов массовой коммуникации. Система средств массовой информации. Информационный рынок России: современное состояние и специфика развития. Развитие медиатеории в XX веке. Глобализация как фактор трансформации современного информационно-коммуникативного пространства. Тенденции развития массовой коммуникации в современном мире. Медиакультура и медиареальность в эпоху глобализации коммуникаций. Журналистское творчество как профессиональная деятельность. Журналистский текст в системе массовой коммуникации. Методы анализа текстов массовой коммуникации. Техника и технология средств массовой коммуникации.

## **Теория и практика рекламы и связей с общественностью**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование общетеоретических знаний о характере и специфике деятельности рекламы и связей с общественностью как сфер коммуникативного взаимодействия; выработка профессионального взгляда на роль рекламы и связей с общественностью в современном обществе.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

### **Краткое содержание**

Реклама и связи с общественностью как сферы коммуникационной деятельности. Реклама и связи с общественностью в системе маркетинговых коммуникаций. Стратегическая роль PR в системе управления. Стратегии рекламной деятельности. Профессиональные сферы связей с общественностью. Организационные принципы деятельности рекламы и PR. Планирование и организация PR-кампаний. Планирование и организация рекламных кампаний. Реклама и связи с общественностью как инструменты формирования имиджа. Роль связей с общественностью в формировании и управлении общественным мнением. Бренд-менеджмент в системе деятельности рекламы и связей с общественностью. Медиарилейшнз в системе связей с общественностью. Рекламный текст в системе рекламной деятельности. PR-текст как инструмент связей с общественностью. Новые информационно-коммуникационные технологии в системе PR. Средства и методы организации мероприятий связей с общественностью. Исследования в связях с общественностью и рекламе.

## **Основы менеджмента**

### **Цель освоения дисциплины**

Освоение системных знаний о менеджменте и формирование начальных навыков управления организациями в связях с общественностью и рекламе.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);



- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### **Краткое содержание**

Эволюция менеджмента. Необходимые навыки и новые требования к ним начала XXI века. Построение организации. Типы организационных структур. Общее и особенное в управлении различными типами организаций в современной рыночной экономике. Менеджмент как наука управления организациями. Предмет и методы теории менеджмента. Функции и принципы менеджмента. Коммуникации и принятие решений как связующие звенья функций менеджмента. Принципы менеджмента. Методы менеджмента и стили руководства. Личность, власть и авторитет менеджера. Динамика групп и лидерство. Управленческие решения. Реализация и контроль исполнения решений. Особенности управленческого труда. Условия успешного руководства организацией. Основные управленческие роли. Уровни управления. Управление персоналом предприятия. Связи с общественностью в структуре руководства организацией. Деятельность отделов по связям с общественностью в достижении эффективности власти в организации. Управление конфликтами в организации. Социальная ответственность и проблемы этики в менеджменте. Личностные ценности и их влияние на поведение человека в организации.

## **Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью**

### **Цель освоения дисциплины**

Освоение студентами общих понятий, знаний и навыков профессиональной работы в отделах по рекламе и связям с общественностью в коммерческой, некоммерческой и государственной сферах.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

### **Краткое содержание**

Целесообразность создания отделов рекламы и служб по связям с общественностью в структуре различных организаций. Подразделение по связям с общественностью и рекламе в структуре предприятия. Виды и типы структурных подразделений по рекламе и связям с общественностью. Структура отделов рекламы и связей с общественностью. Рекламная служба и PR-отдел в системе корпоративного менеджмента. Материально-техническое и кадровое обеспечение работы отделов по рекламе и связям с общественностью. Виды деятельности отделов. Сегментирование направлений деятельности отдела рекламы и связей

с общественностью. Исследовательский сегмент. Творческий сегмент. Аналитический сегмент. Медиа-сегмент. Производственный сегмент. Работа подразделения по связям с общественностью и рекламе в разработке общекорпоративной стратегии. Внутрикorporативные коммуникации и отношения с персоналом. Роль отделов рекламы и связей с общественностью в реализации общекорпоративной стратегии. Планирование работы отдела по связям с общественностью и рекламы. Документооборот отдела рекламы и связей с общественностью. Рекламное и PR-агентство: основы деятельности и менеджмента. Система подбора и найма PR-агентств и консалтинговых фирм для реализации корпоративной стратегии. Оценка эффективности работы отделов рекламы и связей с общественностью.

## **Основы маркетинга**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование системных знаний в области маркетинга и приобретение навыков использования инструментов маркетинга в профессиональной деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

### **Краткое содержание**

Предмет и основные понятия маркетинга. Система маркетинговых исследований. Сегментация рынка. Товар и товарная политика фирмы. Товародвижение и реализация товара. Система маркетинговых коммуникаций. Управление маркетинговой деятельностью фирмы. Международный маркетинг.

## **Маркетинговые исследования и ситуационный анализ**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование комплекса знаний и представлений о ситуационном анализе в сфере связей общественности и рекламы, а также развитие системы умений и навыков проведения маркетинговых исследований, анализа и практического использования их результатов в практике профессиональной PR-коммуникации и рекламной деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

### **Краткое содержание**

Маркетинговая информация в историческом контексте. Понятие, предмет, метод маркетингового исследования. Универсальные требования к маркетинговому исследованию и субъекты его проведения. Виды и область приложения маркетинговых исследований. Планирование и организация маркетингового исследования. Информационные основы маркетингового исследования. Источники маркетинговой информации. Вторичные данные в системе маркетинговой информации. Первичные носители информации в маркетинговом исследовании. Наблюдение как метод сбора первичных данных. Эксперимент в маркетинговом исследовании. Опрос как метод маркетингового исследования. Анкетирование и интервьюирование. Выборка в маркетинговом исследовании. Панельный метод. Практика использования фокус-групп в маркетинговых исследованиях. Моделирование в маркетинге. Ситуационный маркетинговый анализ: принципы и методы. Стратегический анализ и стратегическая ситуация рынка. Прогнозирование в маркетинговом анализе. Перспективный анализ динамики и устойчивости рынка. Исследования реакций рынка на ситуационные рыночные изменения. Изучение конкуренции и конкурентной борьбы. Бенчмаркетинг. Потребительское поведение: анализ и воздействие. Исследование потребительских мотивов. Маркетинговые исследования в области цен и ценообразования.

### **Современная пресс-служба**

#### **Цель освоения дисциплины**

Овладение студентами теоретическими и практическими знаниями о деятельности структурных подразделений (пресс-служба), функционально отвечающих за осуществления медиарилейшнз в организации.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

#### **Краткое содержание**

Информационная политика органов государственной власти. Государственная служба как открытая система. Основные направления в работе российских государственных пресс-служб. Содержательные, организационные и процессуальные аспекты взаимодействия государственной службы со СМИ. Структура и принципы организации современной пресс-службы. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями. Контент-анализ и экспресс-анализ СМИ. Пресс-служба администрации Президента России. Основные направления работы ДИП МИД РФ. Роль и место Российского информационного центра в системе общественных связей. Формы и методы координации деятельности российских государственных пресс-служб. Роль Союза журналистов России. Основные функции и методы работы, пресс-служб администраций Нижнего Новгорода и Нижегородской области.

### **Основы медиапланирования**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов понимания медиапланирования как исторически развивающегося процесса в системе рекламной деятельности, представления о

медиапланировании как инструменте эффективного управления рекламной кампанией предприятия в современных условиях.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15).

#### **Краткое содержание**

Медиапланирование в системе рекламной деятельности. Каналы массовой коммуникации и их роль в медиапланировании. Новые медиа как каналы дистрибуции. Методы исследования средств массовой коммуникации. Методы исследования аудитории. Маркетинговый анализ в системе медиапланирования. Стратегия и тактика медиапланирования. Процесс медиапланирования. Разработка медиаплана.

### **Основы антикризисного менеджмента**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов целостной системы представлений об антикризисных PR- и рекламных программах, субъектах антикризисной деятельности и их функциях, базовых процессах и технологиях, обучение основным навыкам планирования, оценки, формам и методам взаимодействия с целевыми аудиториями и медиаторами коммуникаций.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1).

#### **Краткое содержание**

Методологические основы антикризисного менеджмента. Государственное регулирование кризисных ситуаций. Кризисы в системе государственного управления. Риски в антикризисном управлении. Диагностика и типология кризисов. PR и реклама в антикризисном менеджменте. Основные функции, стратегии деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Содержание деятельности PR и рекламных служб в различных фазах кризиса. Технологии и инструменты антикризисных коммуникаций.

### **Конфликтология**

#### **Цель освоения дисциплины**

Освоение системных знаний о природе социального конфликта и формирование умений и навыков управления конфликтными ситуациями.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### **Краткое содержание**

Конфликтология, её предмет и задачи. Проблема конфликта в истории философской и социологической мысли. Природа социального конфликта. Процесс и динамика конфликта. Проблема типологии конфликтов. Человеческий фактор в конфликте. Современные технологии разрешения конфликтов. Связи с общественностью в управлении конфликтными и кризисными ситуациями.

## **Практический курс иностранного языка**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование иноязычной коммуникативной компетенции и формирование первичных навыков профессиональной коммуникации. В качестве целевых умений, составляющих основу коммуникативной компетенции на младшем этапе, выступают умения говорения, умения чтения с пониманием, умения понимания на слух (аудирование), умения письма и перевода.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Студенческая жизнь. Личные достижения. Подготовка к экзаменам. Планирование рабочего времени. Призвание и выбор профессии. Личные и профессиональные качества. Условия работы. Карьера. Проблемы поиска работы. Средства массовой информации: типы, их характерные особенности, распространение, оценка. Реклама и связи с общественностью как профессиональные сферы деятельности. Опыт проведения отдельных рекламных и PR-кампаний.

## **Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у обучающихся навыков межкультурной коммуникации в ее языковой, предметной и деятельностной формах, принимая во внимание стереотипы мышления и социальное поведение носителей языка, необходимых для решения профессиональных задач в области государственного и муниципального управления в рамках межкультурного общения и выведение их на международный уровень В2-С1.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к базовой части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 13 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

### **Краткое содержание**

Совершенствование навыков и умений практического владения иностранным (английским) языком в письменной и устной формах осуществляется на базе тематических комплексов: реклама, PR и проблемы города; реклама, PR и искусство; занятость специалистов по PR в области театра, кино, музыки и живописи; современная глобализация, содержание и формы СГ; реклама, PR и проблемы современного общества; народ и правительство. Основными видами речевой деятельности в рамках дисциплины являются реферирование с элементами комментирования англо- и русскоязычных научно-публицистических текстов, проблемная дискуссия, сообщение по теме (в форме презентаций), решение проблемных задач, написание эссе, пресс-релизов.

### **История и актуальные проблемы журналистики**

#### **Цель освоения дисциплины**

Изучение истории становления и развития журналистики как исторически развивающегося феномена, особенностей развития журналистики в разных странах мира.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью к самоорганизации и саморазвития (ОК-7);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **Краткое содержание**

Возникновение и развитие журналистики в России в XVIII – первой половине XIX вв. Русская журналистика второй половины XIX - начала XX вв. Типология русской прессы начала XX века. Российская пресса в периоды социальных революций. Особенности развития в России газетно-журнальной периодики в 20-30-е годы XX века. Печать в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.). Развитие советской журналистики в 50-90-е гг. XX века. Формирование новой системы печати постсоветской России. Зарождение европейской журналистики. Рождение периодической печати в Европе: западноевропейская печать XVII столетия. Специфика и основные тенденции развития журналистики XVIII столетия. Журналистика в XIX – начале XX столетия: век газеты. История западноевропейской журналистики XX столетия. История журналистики Азии, Африки Австралии и Океании. Актуальные вопросы журналистики.

### **Брендинг**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов представления о брендинге как системной деятельности в области маркетинговых коммуникаций и раскрытие роли брендинга в экономических и социокультурных процессах современного мира.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

### **Краткое содержание**

Брендинг в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. Типология и классификация брендов. Основные этапы планирования и построения бренда. Идентификационный комплекс в системе брендинга. Понятие торговой марки и фирменного стиля. Система управления брендом. Бренд-менеджмент. Комплекс рекламы в управлении брендом. Франчайзинг, лизинг, спонсоринг как средства расширения влияния бренда. Анализ эффективности бренда и брендинговой кампании. Современные информационно-коммуникационные технологии продвижения бренда в условиях глобализации.

### **Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование целостного комплекса представлений о характере текстовой деятельности рекламы и связей с общественностью, формирование навыков создания рекламных и PR-текстов.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

### **Краткое содержание**

Цели и задачи создания рекламных обращений в коммерческой сфере. Рекламная идея как основа рекламного обращения в сфере коммерческой деятельности. Понятие «рекламной идеи». Понятие рекламного образа. Понятие «рекламной идеи». Приемы и креативные техники рекламы как основы для формирования рекламной идеи. Текстовая PR-деятельность

как канал эффективного взаимодействия с общественными группами в предпринимательской деятельности. Коммуникативная установка как основа коммерческого PR-текста. Основные характеристики PR-текста. PR-текст как функциональный текст в коммерческой PR-кампании.

## **Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование системы представлений, знаний, умений и компетенций, обеспечивающих эффективность связей с общественностью и рекламных коммуникаций в сфере производства, торговли и финансов.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

### **Краткое содержание**

Экономика как сфера коммуникационной активности. Сферы коммуникативного влияния и их классификация. Социально-коммуникативный механизм развития экономики. Экономическое поведение как основа коммуникации в экономической сфере. Хозяйственная организация как предмет социально-коммуникативного анализа. Ценности, нормы и установки в экономических коммуникациях. Экономическая культура. Потребительские коммуникации. Реклама и связи с общественностью в B2C-секторе экономики. Реклама и PR в профессиональных областях экономики: B2B-сектор. Оптовая торговля как сфера рекламы и PR. Реклама и связи с общественностью в розничной торговле. Сфера занятости и рынок труда как поле коммуникативной активности. Реклама и связи с общественностью на рынке труда. Рекрутинговые коммуникации.



Реклама и связи с общественностью в финансовой сфере. Деньги как универсальное средство обмена и основа финансовых коммуникаций. Валютные отношения как вид коммуникации и валютная система. Инфляция. Финансовый менеджмент в системе финансовых коммуникаций. Основные формы рекламно-коммуникативной деятельности в сфере финансов. Банковская сфера как область коммуникативной активности. Кредитные отношения как вид коммуникации. Ссудный капитал и накопления как основа коммуникации в банковской сфере. Организация рекламно-коммуникативной работы в банковской сфере.

Имиджевые технологии в экономической и финансовой сфере. Имиджевые технологии и их использование в экономической сфере. Разъяснение и пропаганда как формы коммуникации в экономической и финансовой сферах. Коммуникационное сопровождение диверсификации и поглощения компаний. Реклама и связи с общественностью в кризисные периоды развития сегментов экономической и финансовой сферы.

### **Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование комплекса общетеоретических знаний и навыков, необходимых для понимания характера и специфики деятельности по разработке рекламного продукта и технологий, применяемых в процессе производства коммерческой рекламы; выработка профессионального понимания роли данного процесса в организации рекламной деятельности в коммерческом секторе.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9).

#### **Краткое содержание**

Рекламный продукт как объект производства. Рекламная кампания как разновидность рекламного продукта. Рекламные технологии в системе производства коммерческого рекламного продукта. Художественный и компьютерный дизайн в производстве коммерческого рекламного продукта. Технология производства фоторекламы коммерческого продукта. Технология производства печатной рекламы в коммерческом секторе. Технология производства радиорекламы в коммерческом секторе. Технология производства телевизионной рекламы в коммерческом секторе.

### **Основы трудового законодательства**

#### **Цель освоения дисциплины**

Изучение основ трудового законодательства, социального партнерства, формирование юридического мышления, овладение навыками исполнять и соблюдать нормы трудового права в своей деятельности, умение на практике защищать свои законные права.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### **Краткое содержание**

Трудовое право как отрасль российского права. Предмет и метод трудового права. Принципы трудового права. Источники трудового права. Система трудового права. Трудовые отношения: основания возникновения, стороны, основные права и обязанности сторон. Понятие социального партнерства, стороны и формы социального партнерства. Коллективные договоры и соглашения. Трудовой договор: понятие, стороны, содержание и срок действия, порядок заключения и основания прекращения действия (расторжения). Рабочее время: понятие и виды. Ночное время. Сверхурочная работа. Ненормированный рабочий день. Работа в выходные и праздничные дни. Время отдыха: понятие и виды. Выходные и праздничные дни. Отпуска, их виды, порядок предоставления. Оплата труда. Дисциплина труда. Материальная ответственность сторон трудового договора. Виды материальной ответственности работника. Охрана труда. Защита трудовых прав работников, разрешение трудовых споров. Ответственность за нарушение трудового законодательства.

## **Социология личности**

### **Цель освоения дисциплины**

Изучение личности в системе социальных коммуникаций и социально-правовых отношений, в контексте функционирования социальных институтов и общностей; овладение методиками и техниками социологических исследований личности и межличностного взаимодействия.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### **Краткое содержание**

Социология личности как отрасль социального знания. Личность как предмет социологического знания. Структура личности. Личность, общество и природа. Личность с позиции теории деятельности. Типологии личности в социальной науке. Классики теории личности (З. Фрейд, А. Адлер, К.-Г. Юнг, Э. Фромм) о вопросах взаимодействия личности и общества, о глубинных внутренних аспектах жизни человека. Социализация личности. Личность как субъект семейных отношений. Семья в структуре общества. Личность в малой группе. Личность в системе социально-правовых и трудовых отношений. Социальные роли личности в системе социальной коммуникации. Межгрупповые отношения и взаимодействия. Личность в конфликтной социальной среде. Личность в контексте социальной демографии. Личностные

трансформации и социальные изменения. Личность как субъект социального действия и социального взаимодействия. Личность в социальной структуре общества. Личностные аспекты социальной дихотомии культуры и цивилизации. Религиозное сознание личности. Мораль в структуре личности и общества. Личность в системе социальной стратификации. Личность как субъект социальной мобильности. Личностные трансформации в информационном обществе. Личность, научно-технический прогресс и новейшие технологии. Типологии личности. Стили жизни личности. Диагностика личностных типов в социологии личности. Структура и процесс социологического исследования личности.

### **Методы научных исследований**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование навыков создания стилистически и методологически грамотного научного текста.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

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

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

#### **Краткое содержание**

Определение цели и постановка задач научного исследования. Выдвижение гипотезы. Описание предмета и объекта исследования. Структурирование научной работы. Оформление библиографического списка в соответствии с требованиями ГОСТ.

### **Методология написания научных работ**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование представления о важности трансляции научного знания в социально-культурную среду и определение основных алгоритмов этого процесса.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

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

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

#### **Краткое содержание**

Характеристики научного стиля речи. Основные виды научных работ. Выбор темы исследования. Определение названия и составление плана работы. Композиция научных работ. Правила оформления сносок и библиографии. Алгоритм написания научных работ (рефератов, курсовых, дипломов).

### **Теория и практика аргументации**

#### **Цель освоения дисциплины**

Изучение теоретических основ и формирование практических навыков аргументации как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

#### **Краткое содержание**

Аргументация как способ воздействия на взгляды и поведение человека. Логическая структура аргументации. Аргументация как способ достижения истины. Превращение аргументации из средства познания в способ закрепления заблуждений. Формы аргументации. Полемика: наука и искусство.

### **Риторика и академическое письмо**

#### **Цель освоения дисциплины**

Ознакомление с основами ораторского мастерства, правилами употребления речевых средств, в зависимости от стиля и речевой ситуации, овладение речевыми особенностями научного дискурса, логикой изложения; осуществление письменной коммуникации, работа с информационными источниками, критическая оценка информации, выдвижение собственных идей и создание профессиональных текстовых документов.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11).

#### **Краткое содержание дисциплины**

«Риторика и академическое письмо» как учебная дисциплина, её значение в современном обществе, роль риторики в академическом дискурсе. Основы речевого мастерства. Навыки построения и реализации речевого выступления. Связь языка и

мышления. Логика изложения. Стилистика. Стилистический характер письменного и устного текста. Речевые фигуры и тропы. Особенности академического письма. Составление научного текста (обзор, эссе, резюме, проект, доклад). Визуальная презентация данных.

### **Немедийные коммуникации**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование системного понимания особенностей современных немедийных коммуникаций.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

#### **Краткое содержание**

Теоретические аспекты BTL-коммуникаций. BTL с точки зрения маркетинговых коммуникаций. Предпосылки форматирования новых персонализированных/адресных массовых каналов рекламных коммуникаций. ATL и BTL в комплексе маркетинговых коммуникаций. Специфика BTL-коммуникаций. Зона влияния BTL-коммуникаций. Классификация BTL-коммуникаций. Guerrilla Marketing (партизанский маркетинг). Вирусный маркетинг. Эпатажный маркетинг. Product Placement. Life Placement. Ambient Marketing. Word-of-mouth advertising Стимулирование сбыта. Потребительские и торговые промомероприятия. Программы стимулирования on- и off-line потребителей. Цели и задачи ивент-коммуникаций. Свойства, цели и методы ROAD SHOW. Планирование и реализация BTL-проектов. Этапы планирования акций по стимулированию сбыта. Влияние жизненного цикла продукта/услуги на выбор механики промособытия. Специфика деятельности BTL-агентств. Рынок BTL-услуг в России и перспективы его развития. Институциональные характеристики рынка BTL-коммуникаций. Тенденции развития рынка BTL-услуг. Ведущие зарубежные и отечественные BTL-агентства.

### **Деловая документация в связях с общественностью и рекламе**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления деятельности в связях с общественностью и рекламе, что предполагает изучение теоретических знаний и формирование практических навыков, освоение основных технологий документооборота как необходимого условия эффективности профессиональной деятельности в сфере в связях с общественностью и рекламе.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

#### **Краткое содержание**

Специфика документирования деятельности организаций в сфере связей с общественностью и рекламы. Базовые документы в связях с общественностью. Оперативные рабочие информационные документы в связях с общественностью. Имиджевые корпоративные документы. Служебные PR-документы. Подготовка речи для руководителя. Документирование рекламной деятельности. Деловая документация как элемент маркетинга и рекламы. Использование автоматизированных систем документооборота в деятельности организаций по связям с общественностью и рекламы.

### **Основы проектной деятельности в профессиональной сфере**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у обучающихся компетенций, обеспечивающих выполнение профессиональной деятельности в области управления проектами.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

#### **Краткое содержание**

Теоретико-методологические основы формирования и управления проектной деятельности. Субъекты управления проектами. Проектная идея. Стратегическое развитие идеи в проект. Планирование. Бюджетирование проектной работы. Механизмы деятельности в сфере привлечения средств (фандрайзинг). Гранты и виды грантовой и финансовой поддержки исследований и науки. Заявка на получение финансирования (грант, спонсорство). Сопроводительные документы.

### **Брендинг территории**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов представления о брендинге территории как современной концепции территориального управления, направленной на выработку конкурентных преимуществ местности (сообществ государств, стран, регионов, городов).

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **Краткое содержание**

Исторические формы продвижения территорий. Продвижение города через создание религиозного центра. Религиозный генезис городов через бренды университетов. Светская специализация городов. Формирование основ маркетингового позиционирования городов в XVI-XVIII вв. Брендинг территорий в бывшем СССР. Современные тенденции российского территориального брендинга. Брендинг как технология конструирования и позиционирования образа региона в восприятии целевых аудиторий. Стратегические компоненты имиджа страны. Имя страны. Государственные символы. Девиз страны. Философия и миссия страны. Содержательный и коммуникативный аспекты стратегии. Географический имидж государства. Имидж, бренд и репутация города/региона. Кластерный анализ территории. Рекламирование брендов туризма и отдыха. Специфика брендов в туристической индустрии. Понимание сущности брендов туризма и отдыха. Построение брендов. Региональные особенности продвижения территорий. Особенности Нижегородского брендинга.

### **Регионоведение**

#### **Цель освоения дисциплины**

Изучение региона как самостоятельной пространственно-географической, административно-территориальной, институционально-политической, демографической, этнической, историко-культурной величине, а также изучение основных процессов регионализации в мире и России.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

#### **Краткое содержание**

Регионоведение как научная дисциплина. Процессы регионализации в мире и России. Культурологическое исследование региона. Регион как предмет социологического исследования. Региональные политические процессы. Экономическая структура и потенциал региона.

### **Этнология**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование целостного представления об этнокультурной картине мира, этногенезе, культурных различиях и социокультурных отношениях; развитие у обучающихся толерантных профессиональных морально-поведенческих доминант.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью организовать и проводить социологические исследования (ПК-10).

### **Краткое содержание**

Этнология: предмет, объект метод. Эволюция этнологической науки. Культура и этнос в контексте этнологии. Концепции этногенеза. Интегральные критерии классификаций форм межкультурного контакта. Социокультурная интеграция. Межкультурная коммуникация. Природа этнических конфликтов. Межкультурные коммуникации во внутрикорпоративной среде. Основные пути организации коммуникативно-интеграционного процесса. Инструментальные и ценностные факторы социокультурного развития и динамики межэтнического контакта. Этническая идентичность. Этническая культура. Этнические процессы XX и XXI веков. Язык в системе межкультурных коммуникаций. Классификация народов мира. Народы Зарубежной Европы. Народы России. Народы Азии. Народы Африки. Народы Америки. Историко-этнографическая область Австралии и Океании.

## **Работа в многонациональных коллективах**

### **Цель освоения дисциплины**

Усвоение студентами основных принципов работы в многонациональном коллективе и формирование культуры межнациональных коммуникаций в сфере профессиональной деятельности.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью организовать и проводить социологические исследования (ПК-10).

### **Краткое содержание**

Многонациональные коллективы: понятие и особенности. Виды многонациональных коллективов и влияние демократических и глобализационных процессов на их развитие. Современные профессиональные многонациональные коллективы: специфика профессиональной деятельности и методы управления. Роль информационных технологий в создании и работе профессиональных многонациональных коллективов. Межнациональные коммуникации в профессиональной сфере в условиях современного научно-технического прогресса и инновационной экономики. Система профессиональных коммуникаций и роль национального фактора. Профессиональные качества личности в многонациональном коллективе. Особенности профессиональной этики в многонациональном коллективе. Специфика деятельности специалистов по связям с общественностью в многонациональном коллективе.

## **Управление персоналом**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов теоретических основ управления персоналом в современной организации и обучение их необходимым практическим навыкам принятия управленческих решений в отношении человеческих ресурсов хозяйствующего субъекта.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:



- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### **Краткое содержание**

Человеческие ресурсы как основной ресурс организации. Система управления персоналом организации. Технология управления развитием персонала организации. Управление поведением персонала организации. Оценка результатов деятельности персонала организации.

## **Репутационный менеджмент**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов теоретических основ репутационного менеджмента в современной организации и обучение их необходимым практическим навыкам принятия управленческих решений в отношении человеческих ресурсов хозяйствующего субъекта.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

### **Краткое содержание**

Эволюция репутационного менеджмента. Концептуальные основы репутационного менеджмента. Управление репутациями. Механизмы репутационного менеджмента. Управление общественным мнением в целях продвижения и закрепления репутационных технологий. Теоретическая и практическая разработка репутационных технологий.

Прикладные технологии репутационного менеджмента. Методы оценки корпоративного имиджа и репутации. Репутация персонала в комплексе репутационных составляющих организации.

### **Тайм-менеджмент**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у обучающихся основных знаний по тайм-менеджменту, а также базовых навыков организации и управления временем в профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

#### **Краткое содержание**

Тайм-менеджмент, его значение в планировании работы. Целеполагание. Виды планирования. Инструменты и методы планирования и распределения времени. Ресурсы времени. Мотивация в тайм-менеджменте. Стресс и отдых.

### **Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование теоретических знаний по основам выставочной деятельности и практических навыков применения выставочных инструментов.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к самоорганизации и саморазвития (ОК-7);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

### **Краткое содержание**

Предмет и основные понятия выставочного дела. История выставок и выставочного дела. Подготовка и проведения выставочных мероприятий. Требования к выставочному менеджеру. Выставка как один из элементов рекламной деятельности. Управление выставочной деятельностью фирмы.

### **Правовое регулирование рекламной деятельности**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование системы знаний в области правового регулирования рекламной деятельности, навыков и умений применять нормативные правовые акты в своей профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

#### **Краткое содержание**

Понятие рекламного права. Понятие и виды рекламной информации. Правоотношения в сфере рекламной деятельности. Правовое регулирование рекламы в СМИ. Правовое регулирование наружной рекламы и рекламы на транспортных средствах. Особенности правового регулирования рекламы отдельных видов товаров и услуг. Государственное регулирование и контроль в сфере рекламной деятельности. Саморегулирование в сфере рекламной деятельности. Правовая охрана средств индивидуализации товаров, работ и услуг участников экономических отношений. Юридическая ответственность за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе. Споры в сфере рекламы. Правовое регулирование рекламной деятельности в международном праве.

### **Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студента знаний о специфике рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях, механизмах и закономерностях функционирования и развития рекламы и связей с общественностью в некоммерческих организациях, а также умений использовать теоретические знания в практике профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве (ПК-15).

### **Краткое содержание**

Паблик рилейшнз в некоммерческих организациях – история, основные цели и задачи в современных условиях. Организационные основы паблик рилейшнз в некоммерческих организациях. Технологии PR-деятельности в некоммерческом секторе: общая характеристика средств PR, виды информационных материалов, правила подготовки специальных событий. Средства массовой информации и организация связей с ними в некоммерческих организациях. Реклама в некоммерческой сфере и ее роль в системе массовых коммуникаций. Организация и управление рекламной деятельностью в некоммерческих организациях. Инструментарий рекламного воздействия в некоммерческом секторе. Социальная реклама. Психология рекламы в некоммерческом секторе. Правовое и этическое регулирование рекламной деятельности в СМИ.

## **Социальный маркетинг**

### **Цель освоения дисциплины**

Изучение концептуальных основ и технологий маркетинговой деятельности в социальной сфере, принципов социальной ответственности и компетентности, методов социального партнерства.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, отделе по связям с общественностью, рекламном агентстве (ПК-15).

### **Краткое содержание**

Методы исследования социальной сферы. Планирование маркетинга в социальной сфере. Разработка комплекса социального маркетинга. Социальные инновации. Сегментирование и позиционирование в социальном маркетинге. Социальная компетентность и ответственность. Социальная сфера как объект маркетинга и деловой партнер бизнеса. Характеристика рынков и маркетинга в социальной сфере. Стратегии и

концепции социального маркетинга. Некоммерческий маркетинг. Управление маркетингом в социальной сфере. Особенности социальной политики российского государства.

### **Основы деловой корреспонденции (на ин. яз.)**

#### **Цель освоения дисциплины**

Обучение студентов письменному общению на английском языке в различных сферах и ситуациях, с учетом адресата и взаимодействия партнеров, на основе планируемого коммуникативного намерения, с учетом перспектив использования иностранного (английского) языка в профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

#### **Краткое содержание**

Неформальное письмо. Письмо другу. Письмо-приглашение. Клише частной и деловой переписки. Аббревиатуры в деловой переписке. Правила составления планов-конспектов. Структура делового письма. Сопроводительное письмо. Резюме. Письмо-запрос и ответ на него. Письмо-жалоба и ответ на него. Благодарственное письмо.

### **Развитие навыков устного делового общения (на ин. яз.)**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование навыков и умений устной речи в ситуациях делового общения с учетом перспектив использования иностранного (английского) языка в профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

#### **Краткое содержание**

Призвание и выбор профессии. Личные и профессиональные качества. Условия работы. Карьера. Проблемы поиска работы.

## **Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на ин. яз.)**

### **Цель освоения дисциплины**

Углубленное изучение особенностей употребления лексических и грамматических форм в языке рекламных объявлений, а также формирование навыков составления рекламных материалов на английском языке.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

### **Краткое содержание**

Изучение языка рекламы включает рассмотрение лексических и грамматических особенностей рекламных объявлений в СМИ.

## **Совершенствование навыков орфографии (на ин. яз.)**

### **Цель освоения дисциплины**

Углубленное изучение правил орфографии английского языка, а также формирование навыков правописания английских слов.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8).

### **Краткое содержание**

Орфографические правила написания форм словоизменения. Орфографические правила написания форм словообразования.

## **Деловые переговоры (на английском языке)**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК), навыков общения в сфере бизнеса с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка. Составляющими ИКК являются общая, лингвистическая, прагматическая и межкультурная компетенции.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

### **Краткое содержание**

Письма, факсы и служебные записки; телефонный разговор; импорт и экспорт; встречи; новая работа; работа с людьми; доклады и аннотации; стратегия и тактика ведения деловых переговоров; основные принципы деловой культуры Великобритании и США; виды текстов переговорного процесса; социокультурный ареал общения на английском языке.

## **Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов 3 курса иноязычной коммуникативной компетенции (ИКК), навыков общения в сфере бизнеса с учетом стереотипов мышления и поведения носителей языка. Составляющими ИКК являются общая, лингвистическая, прагматическая и межкультурная компетенции.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6).

### **Краткое содержание**

Корпоративная культура. Работа с клиентом. Клиентская поддержка. Сделки. Переговоры. Слияние и приобретение компаний. Реклама. Искусство маркетинга и продаж. Продукция и упаковка. Международная торговля.

## **Основы предпринимательской деятельности**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов экономического образа мышления, обеспечивающего осознанное понимание сущности экономических процессов, являющихся результатом развития предпринимательской деятельности в стране (регионе), освоение студентами теоретических положений предпринимательства и овладение инструментарием бизнеса.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **Краткое содержание**

Сущность предпринимательства. Цели предпринимательства. Предпринимательский тип экономической системы рыночной системы хозяйствования. Механизм образования предпринимательских структур. Субъекты предпринимательства. Объекты предпринимательства. Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности. Основные средства воздействия предпринимателя на потребителя. Условия развития предпринимательства. Внутренняя и внешняя предпринимательская среда. Сущность предпринимательской среды. Конкуренция и предпринимательская среда. Характеристика внешней предпринимательской среды. Характеристика внутренней предпринимательской среды. Эффективная предпринимательская среда. Предпринимательство и экономическая свобода. Виды предпринимательской деятельности. Классификация предпринимательства. Виды предпринимательской деятельности. Инновационное предпринимательство. Основные аспекты развития внутрифирменного предпринимательства. Оценка эффективности внутрифирменного предпринимательства. Малое предпринимательство на современном этапе. Место и роль малого предпринимательства в обществе. Сущность и критерии определения субъектов малого предпринимательства. Малое предпринимательство в странах с развитой рыночной экономикой. Состояние малого предпринимательства в экономике России. Проблемы развития малого предпринимательства. Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности. Основы построения оптимальной структуры предпринимательской деятельности. Варианты организации предпринимательской структуры. Бизнес-планирование в деятельности предпринимателей.

## **Основы коммерции**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов экономического образа мышления, обеспечивающего осознанное понимание сущности экономических процессов, являющихся результатом развития предпринимательской деятельности в стране (регионе), освоение студентами теоретических положений предпринимательства и овладение инструментарием бизнеса.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах деятельности (ОК-4);



- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **Краткое содержание**

Коммерция – это деятельность на рынке факторов производства, где предприятие выступает сначала как покупатель, и на рынке производимых предприятием товаров, где оно выступает как продавец. Вся деятельность предприятия на рынках определяет область коммерческой деятельности, цель которой – получение прибыли. Коммерческая деятельность – это деятельность самостоятельная. Коммерческая деятельность предприятий дифференцируется: 1) по объекту купли-продажи (факторы производства, необходимые для осуществления производственного процесса; произведенные товары и созданные технологии; свободные производственные активы; свободные денежные средства и бумажные активы); 2) по роли, которую играет предприятие процессе купли-продажи (в одних случаях оно выступает как покупатель, в других – как продавец); 3) по характеру изменения права собственности (право собственности переходит другому лицу – продажа, покупка; право собственности не переходит другому лицу – аренда, лизинг); 4) по характеру выгоды в результате сделки: непосредственное получение прибыли (реализация изготовленных товаров и разработанных технологий, выполнение работ и оказание услуг), создание условий для получения прибыли в будущем (приобретение факторов производства), снижение издержек производства (продажа и сдача в аренду свободных активов), капитализация свободных средств (инвестирование в ценные бумаги).

## **Консалтинг в коммерческой сфере**

### **Цель освоения дисциплины**

Формирование общетеоретических представлений о характере и специфике консалтинга в коммерческой сфере, раскрытие методологических основ консалтинговой рекламной и PR-деятельности, определение места консалтинга как сферы коммуникативной активности в социально-экономических процессах современного мира.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

### **Краткое содержание**

История и методологические основы консалтинга. Модели коммерческого консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-экономических процессов в консалтинге.

Роль стратегического управления в консалтинге. Планирование и организация рекламных PR-кампаний в консалтинговой деятельности. Технологии создания имиджа коммерческой организации. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе консалтинга.

### **Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях**

#### **Цель освоения дисциплины**

Развитие общетеоретических представлений о характере и специфике управленческого консультирования в коммерческой сфере, раскрытие методологических основ консалтинговой рекламной и PR-деятельности, определение места консалтинга как сферы коммуникативной активности в коммерческой сфере.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к дисциплинам по выбору вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7).

#### **Краткое содержание**

Методологические основы управленческого консалтинга. Модели коммерческого консалтинга. Методика диагностики и мониторинга социально-экономических процессов в консалтинге. Роль стратегического управления в консалтинге. Планирование и организация рекламных PR-кампаний в консалтинговой деятельности. Технологии создания имиджа коммерческой организации. Приемы и методы убеждающего психологического воздействия и влияния в процессе управленческого консультирования.

### **Элективные дисциплины по физической подготовке и спорту**

#### **Общая физическая подготовка**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

#### **Краткое содержание**

Курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний), знакомит со средствами и методами укрепления

индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством доступных видов спорта, не требующих дополнительных физических и материальных затрат, развитие физических и формирование психических качеств для возможности решать стандартные задачи в дальнейшей профессиональной деятельности.

### **Игровые виды спорта**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование 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.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:  
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

#### **Краткое содержание**

Курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний), знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством, игровых видов спорта, предусмотренных программой, развитие физических качеств и формирование психических качеств с учетом особенностей выбранного игрового вида спорта.

### **Атлетическая гимнастика**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование 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.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:  
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

#### **Краткое содержание**

Курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний), знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей посредством системы методов, позволяющих с помощью упражнений силового характера

целенаправленно воздействовать на формирование пропорций тела, укрепления мускулатуры, развития силы, развитие физических качеств и формирование психических качеств с учетом особенностей атлетической гимнастики.

### **Корректирующая гимнастика**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование 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.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:  
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

#### **Краткое содержание**

Курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний), знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, предусматривает обучение двигательным действиям и развитие физических способностей студентов, по состоянию здоровья относящихся к специальной медицинской группе, развитие физических качеств, предусмотренных программой корректирующей гимнастики и формирование психических качеств в процессе физического воспитания.

### **Туризм**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование валеологического сознания и физической культуры личности. Формирование способности направленного использования разнообразных средств физической культуры для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина входит в вариативную часть (элективная дисциплина) Блока 1 «Дисциплины, модули». Объем дисциплины – 328 академических часов.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:  
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8).

#### **Краткое содержание**

Курс позволяет изучить основы здорового образа жизни (оптимизация двигательного режима, организация правильного питания, профилактика нарушений опорно-двигательного аппарата и различных заболеваний), знакомит со средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности, предусматривает обучение технике и тактике спортивного туризма и развитие физических способностей посредством участия студентов в спортивных пешеходных походах, а также систематических занятий по ОФП, развитие выносливости, навыков ориентирования на местности и формирование психических качеств в процессе практического курса.

## **Факультативы**

### **Блок лингвистических факультативных дисциплин по выбору**

#### **Русский язык как иностранный**

##### **Цель освоения дисциплины**

Формирование коммуникативной компетенции студента, обеспечивающей возможность осуществлять учебную деятельность на русском языке в рамках уровня Б1.

##### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина является факультативом. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

##### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующей компетенцией:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5).

##### **Краткое содержание**

Формирование и совершенствование лексико-грамматических навыков в сфере владения русским языком в соответствии с требованиями, предъявляемыми к владению русским языком как иностранным в рамках уровня Б1. Части речи современного русского языка, предложно-падежная система и основные значения падежей (на функциональной основе); видовременная система глагола, глагольные формы; простые, осложненные и сложные предложения с союзной связью; типы предложения по цели высказывания. Формирование навыков аудирования монологической и диалогической речи в соответствии с требованиями, предъявляемыми к владению русским языком как иностранным в рамках уровня Б1. Аудирование текстов социокультурной сферы и сферы повседневного общения с разными целями (с общим охватом содержания, поисковое, аналитическое). Аудирование текстов общенаучной сферы общения (фрагмент видеолекции, научно-популярное сообщение (доклад), видеозапись интервью с ученым на общенаучную проблематику). Формирование навыков продуктивных видов речевой деятельности (говорение и письмо) в соответствии с требованиями, предъявляемыми к владению русским языком как иностранным в рамках уровня Б1. Формирование навыков говорения в официальной сфере общения с соблюдением норм русского речевого этикета. Написание текстов отдельных жанров официально-делового стиля: заявление, резюме, служебная записка. Формирование навыков чтения разной направленности (поисковое, с общим охватом содержания, аналитическое, ознакомительное) социокультурной сферы общения: тексты публицистического и общенаучного стилей, минимально адаптированные и неадаптированные художественные тексты.

#### **Второй иностранный язык (немецкий)**

##### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов на основе комплексного подхода речевых умений (говорение, чтение, аудирование, письмо), необходимых для осуществления иноязычной коммуникативной деятельности в наиболее распространенных повседневных ситуациях в условиях межкультурного общения.

##### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

##### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

#### **Краткое содержание**

Освоение базовой грамматики второго иностранного языка (немецкого) на основе разговорных тем.

### **Второй иностранный язык (французский)**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов на основе комплексного подхода речевых умений (говорение, чтение, аудирование, письмо), необходимых для осуществления иноязычной коммуникативной деятельности в наиболее распространенных повседневных ситуациях в условиях межкультурного общения.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

#### **Краткое содержание**

Освоение базовой грамматики второго иностранного языка (французского) на основе разговорных тем.

### **Второй иностранный язык (испанский)**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование у студентов на основе комплексного подхода речевых умений (говорение, чтение, аудирование, письмо), необходимых для осуществления иноязычной коммуникативной деятельности в наиболее распространенных повседневных ситуациях в условиях межкультурного общения.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

#### **Краткое содержание**

Освоение базовой грамматики второго иностранного языка (испанского) на основе разговорных тем.

### **Третий иностранный язык**

#### **Польский язык**

#### **Цель освоения дисциплины**

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие базовых компетенций, необходимых для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

## **Сербский язык**

### **Цель освоения дисциплины**

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие базовых компетенций, необходимых для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

## **Венгерский язык**

### **Цель освоения дисциплины**

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие базовых компетенций, необходимых для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

## **Арабский язык**

### **Цель освоения дисциплины**

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие базовых компетенций, необходимых для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

## **Турецкий язык**

### **Цель освоения дисциплины**

Овладение основными видами речевой деятельности, а также формирование и развитие базовых компетенций, необходимых для успешного осуществления межкультурной коммуникации.

### **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина относится к факультативам. Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).

### **Краткое содержание**

Изучение основных фонетических, лексических, грамматических и словообразовательных явлений; основных языковых и этикетных норм межкультурного общения в различных коммуникативных ситуациях.

## **Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору**

### **Русский язык в социокультурном аспекте**

#### **Цель освоения дисциплины**

Формирование социокультурной компетенции студента, обеспечивающей возможность осуществлять коммуникацию на русском языке в социокультурной сфере деятельности.

#### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина является факультативом. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

#### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В ходе освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:



- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);

- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3).

#### **Краткое содержание**

Формирование речевой компетенции в официальной и неофициальной сферах общения (повседневная бытовая и социокультурная коммуникация, коммуникация деловая, академическая, публичная). Владение языковым материалом, достаточным для общения бытовой, социокультурной, деловой, академической, публичной направленности. Формирование дискурсивной компетенции как умения конструировать тексты разных типов, продуцировать и интерпретировать тексты в зависимости от ситуации (повседневная бытовая и социокультурная коммуникация, коммуникация деловая, академическая, публичная). Формирование социолингвистической компетенции как способности адекватно использовать языковые единицы, модели речевого этикета в соответствии с ситуациями официального и неофициального общения. Формирование социокультурной компетенции как комплекса знаний, умений и навыков лингвострановедческого, страноведческого, социолингвистического и общекультурного характера. Развитие умения формулировать на русском языке собственное высказывание с опорой на знание русского этикета и особенностей русского коммуникативного поведения и с использованием аргументации, апеллирующей к русской действительности. Развитие навыков организации и продуцирования связного устного или письменного текста в соответствии с социокультурной ситуацией. Развитие умений читать и понимать общий смысл публицистических текстов.

#### **Коррупция: причины, проявление, противодействие**

##### **Цель освоения дисциплины**

Изучение студентами нормативно-правовой и инструментальной системы противодействия коррупции в России на государственном и общественном уровне.

##### **Место дисциплины в структуре ОПОП бакалавриата**

Дисциплина относится к факультативным дисциплинам. Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

##### **Требования к результатам освоения дисциплины (компетенции)**

В результате освоения дисциплины студенты должны обладать следующими компетенциями:

- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3).

#### **Краткое содержание**

Сущность коррупции как общественно-политического явления в России. Проявления коррупции в различных слоях и структурах жизни российского общества. Анализ причин возникновения коррупции; изучение механизмов возникновения коррупционных связей и системы противодействия коррупции на государственном уровне в России. Исследование механизмов противодействия коррупции на всех уровнях власти.

Написание **курсовой работы** в 6-м семестре – по одной из предлагаемых на выбор студента дисциплин: Теория и практика массовой информации, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов.

Курсовая работа рассматривается как вид учебной работы по дисциплине и выполняется в пределах трудоемкости, отводимой на её изучение.

## 4.4. Аннотации программ практик

### 4.4.1. Общие положения

Программа разработана в соответствии с Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»; Федеральным Законом «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ; Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденным приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301; Трудовым кодексом Российской Федерации, Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997, Положением о порядке проведения практики обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (ФГБОУ ВО «НГЛУ»), утвержденного приказом ректора НГЛУ от 16.02.2018 г. № 33-ОС/Д, Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденным приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 № 885/390, и определяет виды, порядок организации и материально-техническое обеспечение проведения практик обучающихся, осваивающих основную профессиональную образовательную программу высшего образования.

Образовательная деятельность в форме **практической подготовки** может быть организована при реализации дисциплин (модулей), практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом, следующим образом:

- при реализации дисциплин (модулей), иных компонентов образовательных программ (за исключением практики), практическая подготовка организуется путем проведения практических занятий, практикумов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие студентов в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью;

- при проведении практики практическая подготовка организуется путем непосредственного выполнения студентами определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Реализация компонентов образовательной программы в форме практической подготовки может осуществляться непрерывно либо путем чередования с реализацией иных компонентов образовательной программы в соответствии с календарным учебным графиком и учебным планом.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации студентам, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

**Практика** обучающихся в НГЛУ является составной частью ОПОП подготовки бакалавров и представляет собой вид учебной работы, непосредственно ориентированной на профессионально-практическую подготовку.

Практика имеет своей целью закрепление и углубление знаний, полученных обучающимися в процессе теоретического обучения, приобретение общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, необходимых в работе по

направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Цели, задачи, а также требования к организации и проведению практики определены учебным планом, составленным в соответствии с действующими ФГОС ВО.

Программа практики по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью определяет объем и содержание каждого вида практики в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебным планом НГЛУ и утверждается первым проректором.

Сроки проведения практики установлены в соответствии с учебным планом, календарным учебным графиком и с учетом требований ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Проведение практики осуществляется на основе договоров между Университетом и соответствующими организациями, которые определяются выпускающей кафедрой.

ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью предусмотрены следующие виды практик: учебная, производственная, в т.ч. преддипломная.

#### **4.4.2. Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)**

##### **1. Цель учебной практики**

Формирование и закрепление у студентов знаний, умений и навыков профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, информационно-технологическая.

##### **2. Задачи учебной практики**

Формирование у будущих специалистов в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) готовности к осуществлению следующих видов деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая и информационно-технологическая.

Организационно-управленческие задачи:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

Задачи проектного характера:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

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

Задачи коммуникационного характера:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

Рекламно-информационные задачи:

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

Рыночно-исследовательские и прогнозно-аналитические задачи:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

Информационно-технологические задачи:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

### **3. Способ и формы проведения практики**

Способы проведения учебной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

### **4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении учебной практики**

В результате прохождения учебной практики обучающийся должен овладеть следующими практическими навыками, умениями, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

### **5. Место учебной практики в структуре ОПОП**

Учебная практика (Б.2 «Практика») относится к обязательной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

Учебная практика сочетается с курсами базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП.

«Входные» знания обеспечиваются посредством изучения дисциплин: Русский язык и культура речи, Иностранный язык, Психология, Экономика, Этика и психология делового общения, Безопасность жизнедеятельности.

Теоретические дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее: Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью, Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе, Правовое регулирование рекламной деятельности, Основы предпринимательской деятельности / Основы коммерции, Консалтинг в коммерческой сфере / Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях, Производственная практика.

### **6. Объем учебной практики и ее продолжительность**

Общая трудоемкость учебной практики составляет 9 зачетных единиц.

Из них – 3 зачетных единицы – на 1 курсе, 6 зачетных единицы – на 2 курсе: учебная практика (1 курс) – 2 недели, 2 семестр; учебная практика (2 курс) – 4 недели, 4 семестр.

### **7. Содержание и порядок прохождения учебной практики**

#### **2-й семестр**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы;

		- общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем,	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием;
	связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений;- общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

#### 4-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоения правил и норм безопасного прохождения практики.
3	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; - общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем,	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием;
	связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.

8	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

#### **4.4.3. Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)**

##### **1. Цель производственной практики**

Целью производственной практики является получение студентами профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по соответствующему направлению подготовки для освоения компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в таких сферах профессиональной деятельности, как организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая, информационно-технологическая.

##### **2. Задачи производственной практики**

Формирование у будущих специалистов в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) готовности к осуществлению следующих видов деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая и информационно-технологическая.

Организационно-управленческие задачи:

- участие в управлении, планировании и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью фирмы и организации;

- участие в формировании эффективных внутренних коммуникаций, создании благоприятного психологического климата в коллективе;

Задачи проектного характера:

- участие в проектировании программ и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, обеспечение средств и методов реализации проектов, участие в организации работы проектных команд;

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

Задачи коммуникационного характера:

- участие в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации, в том числе с государственными органами, общественными организациями, коммерческими структурами, средствами массовой информации;

- участие в формировании и поддержании корпоративной культуры;

Рекламно-информационные задачи:

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



Рыночно-исследовательские и прогнозно-аналитические задачи:

- участие в организации и проведении маркетинговых и социологических исследований;
- написание аналитических справок, обзоров и прогнозов;

Информационно-технологические задачи:

- участие в разработке, подготовке к выпуску, производстве и распространении рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы;
- участие в подготовке проектной и сопутствующей документации, связанной с проведением рекламных кампаний и отдельных мероприятий (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);
- участие в проектировании и технологическом обеспечении реализуемых проектов.

### **3. Способ и формы проведения производственной практики**

Способы проведения производственной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

### **4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики**

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен овладеть следующими профессиональными компетенциями:

- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);
- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);
- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);
- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);
- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);
- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);
- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);
- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);
- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

## 5. Место производственной практики в структуре ОПОП

Производственная практика относится к обязательной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

Основной дисциплиной, формирующей учебную базу для практики, является «Теория и практика рекламы и связей с общественностью».

Производственная практика сочетается с курсами базовой и вариативной частей Блока 1 «Дисциплины (модули)»: Экономика, Социология, Основы менеджмента, Брендинг, Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью и др.

«Входные» знания обеспечиваются посредством изучения дисциплин: Психология, Экономика, Этика и психология делового общения, Теория и практика рекламы и связей с общественностью, Основы маркетинга, Маркетинговые исследования и ситуационный анализ.

Теоретические дисциплины и практики, для которых прохождение данной практики необходимо как предшествующее: Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов, Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе, Правовое регулирование рекламной деятельности / Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью, Консалтинг в коммерческой сфере / Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях, Теория и практика массовой информации.

## 6. Объем производственной практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость производственной практики составляет 21 зачетную единицу, из них:

- производственная практика 3 курса, 6 семестр: 6 недель, зачетных единиц;
- производственная практика 4 курса, 7 семестр: 8 недель, 12 зачетных единиц.

## 7. Содержание и порядок прохождения производственной практики

### 6-й семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2.	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы; - общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	- Понимание своего места и роли в организации; - описание собственных функциональных обязанностей стажера; - определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.
5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.

6.	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг; - выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках; - изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием; - общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием; - изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений; - общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации; - анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью; - систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	Анализ компетенций приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

### 7 семестр

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Ознакомительная лекция	- Понимание цели и задач практики; - ознакомление с отчетно-правовой документацией, сопровождающей прохождение практики; - изучение Положения о практике.
2.	Инструктаж по технике безопасности	- Усвоение правил и норм безопасного прохождения практики.
3.	Мероприятия по сбору, обработке и систематизации фактического опыта работы организации, являющейся базой прохождения практики	- Ознакомление с организацией и управлением предприятия, учреждения, административной структуры по месту прохождения практики; - определение особенностей организации

		<p>деятельности и управления предприятия с учетом организационно-правовой формы;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- общая оценка организации (краткая история образования, объемные и качественные показатели основных видов продукции или услуг, схема организации управления и т.д.).</li> </ul>
4.	Характеристика должностных обязанностей практиканта, возложенных на него в ходе практики	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Понимание своего места и роли в организации;</li> <li>- описание собственных функциональных обязанностей стажера;</li> <li>- определение практической пользы практики для стажера как будущего специалиста.</li> </ul>
5.	Составление индивидуального задания (заданий), выполненного студентом во время практики	- Подготовка и обсуждение перечня заданий, которые стажер должен выполнить в ходе практики.
6.	Составление дневника практики	- Разработка поэтапного плана-отчета прохождения практики.
7.	Сбор, анализ и систематизация материалов, собранных студентом в процессе практики в конкретной организации; выявление актуального опыта работы в данной отраслевой сфере и определение проблем, связанных с выполнением данной организацией возложенных на нее задач	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Описание номенклатуры предлагаемых предприятием продуктов и услуг;</li> <li>- выявление конкурентных преимуществ предприятия на региональном и федеральном рынках;</li> <li>- изучение методов планирования и прогнозирования, используемых предприятием;</li> <li>- общая характеристика маркетинговых и рекламных коммуникаций, используемых предприятием;</li> <li>- изучение методов и принципов формирования коммерческих и партнерских предложений;</li> <li>- общая характеристика бизнес-планам, имеющимся у организации;</li> <li>- анализ работы отделов по рекламе и связям с общественностью;</li> <li>- систематизация (на основании проводимых организацией маркетинговых и социологических исследований) научно-практической информации в области рекламы и связей с общественностью для составления экспертных заключений и отчетов, написания аналитических справок и прогнозов.</li> </ul>
8.	Выработка рекомендаций по совершенствованию форм и методов управления деятельностью в изучаемой организации	- Самостоятельная подготовка стажером и обсуждение с преподавателем возможных форм и методов социальной коммуникации на предприятии – базе практики.
9.	Анализ компетенций, приобретенных во время практики	- Анализ видов деятельности, обеспечивающих приобретение стажером общекультурных и профессиональных компетенций в период практики.
10.	Определение возможности использования практического опыта, полученного в ходе практики, для выполнения научных работ разного уровня (курсовых работ, ВКР)	- Выявление элементов практики, представляющих прикладной материал для научных исследований.

#### 4.4.4. Производственная практика (научно-исследовательская работа)

##### 1. Цель производственной практики

Целью практики является подготовка ВКР.

##### 2. Задачи производственной практики

Задачами практики являются:

- определение предмета и методов исследования;
- сбор материала по теме исследования;
- обзор теоретической литературы по теме исследования;
- подготовка плана исследования: формулирование цели исследования, постановка исследовательских задач;

##### 3. Способ и формы проведения производственной практики

Способы проведения производственной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

##### 4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими практическими навыками, умениями, общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6).
- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);
- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);
- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);
- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);
- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14).

##### 5. Место производственной практики в структуре ОПОП бакалавриата

Производственная практика относится к обязательной части ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

##### 6. Объем производственной практики и ее продолжительность

Общая трудоемкость производственной практики составляет 3 зачетных единицы.

Продолжительность производственной практики – 2 недели (8 семестр).

##### 7. Содержание и порядок прохождения производственной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды НИР
1.	Подготовительный	Определение предмета и методов исследования. Сбор материала по теме исследования.
2.	Основной	Обзор теоретической литературы по теме исследования.
3.	Заключительный	Подготовка плана исследования: формулирование цели исследования, постановка исследовательских задач.

#### **4.4.5. Производственная практика (преддипломная)**

##### **1. Цель производственной практики (преддипломной)**

Совершенствование навыков научно-исследовательской работы, оформление ее результатов; завершение выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР).

##### **2. Задачи производственной практики (преддипломной)**

Задачами практики являются:

- уточнение методологического аппарата ВКР;
- окончательное формулирование рабочей гипотезы исследования;
- подготовка и окончательная обработка материалов исследования;
- уточнение библиографического списка и его оформление по ГОСТу;
- посещение установочных занятий и консультаций научных руководителей;
- подготовка текста выступления, иллюстративного и раздаточного материала для защиты ВКР.

##### **3. Способ и формы проведения производственной практики (преддипломной)**

Способы проведения производственной практики: стационарная; выездная.

Форма проведения – дискретная.

##### **4. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении производственной практики (преддипломной)**

В результате прохождения практики обучающийся должен овладеть следующими навыками, умениями и компетенциями:

- способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции (ОК-1);
- способностью анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции (ОК-2);
- способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-3);
- способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4);
- способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия (ОК-5);
- способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия (ОК-6);
- способностью к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности (ОК-8);
- готовностью пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий (ОК-9);
- способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах (ОПК-1);
- владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью (ОПК-2);
- обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга (ОПК-3);
- умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-4);
- умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-5);
- способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-6);
- способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и

оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью (ПК-1);

- владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы (ПК-2);

- владением навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами (ПК-3);

- владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт) (ПК-4);

- способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации (ПК-5);

- способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации (ПК-6);

- способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-7);

- способностью организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы (ПК-8);

- способностью проводить маркетинговые исследования (ПК-9);

- способностью организовывать и проводить социологические исследования (ПК-10);

- способностью владеть навыками написания аналитических справок, обзоров и прогнозов (ПК-11);

- способностью под контролем осуществлять профессиональные функции в области рекламы в общественных, производственных, коммерческих структурах, средствах массовой информации (ПК-12);

- способностью под контролем осуществлять рекламные кампании и мероприятия (ПК-13);

- способностью реализовывать знания в области рекламы как сферы профессиональной деятельности (ПК-14);

- владением навыками работы в отделе рекламы, маркетинговом отделе, рекламном агентстве (ПК-15);

- способностью под контролем осуществлять подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы (ПК-16).

### **5. Место производственной практики (преддипломной) в структуре ОПОП**

Производственная практика (преддипломная) в соответствии с ФГОС ВО является обязательным разделом ОПОП бакалавриата и входит в вариативную часть Блока 2 «Практики».

### **6. Объем производственной практики (преддипломной) и ее продолжительность**

Общая трудоемкость практики составляет 3 зачетные единицы (2 недели, 8 семестр).

### **7. Содержание и порядок прохождения преддипломной практики**

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работы на практике, включая самостоятельную работу студентов
1.	Подготовительный этап	Изучение методических рекомендаций по написанию ВКР. Встреча с научным руководителем по ВКР.
2.	Основной этап	Оформление библиографического списка. Уточнение методологического аппарата исследования. Уточнение введения к работе, выводов по главам, заключения. Коррекция общего текста ВКР. Подготовка презентации по тексту ВКР.
3.	Заключительный этап	Подготовка речи для выступления на защите. Сдача текста ВКР в ГЭК.

## 5. Фактическое ресурсное обеспечение ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Фактическое ресурсное обеспечение данной ОПОП формируется на основе требований к условиям реализации основных профессиональных образовательных программ бакалавриата, определяемых ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью.

Реализация ОПОП по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» обеспечивается квалифицированными научно-педагогическими кадрами, имеющими базовое образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины.

В соответствии с профилем данной ОПОП выпускающей кафедрой являются кафедра рекламы, связей с общественностью и туризма.

Как основной источник информационно-образовательного, научно-исследовательского и ресурсного обеспечения учебного процесса библиотечный фонд укомплектован печатными и электронными учебными изданиями, методическими и периодическими изданиями по всем входящим в реализуемые образовательные программы учебным дисциплинам (модулям) в соответствии с требованиями ФГОС ВО. Книжный фонд библиотеки и информационно-образовательных центров составляет более **400 тысяч** единиц хранения на русском и более чем на 50 иностранных языках как на традиционных, так и на нетрадиционных носителях информации. Объем фонда основной учебной и учебно-методической литературы составляет около **250 тысяч** экз. (60 % от общего количества). Фонд дополнительной литературы представлен научными, художественными, справочными, энциклопедическими, официальными и периодическими изданиями.

В образовательном процессе используются информационные ресурсы и базы данных, электронные мультимедийные комплексы, активные и практико-ориентированные методы и технологии обучения. Электронные ресурсы библиотеки вуза представлены: электронным каталогом библиотеки (ЭК), полнотекстами авторефератов диссертаций, электронными версиями учебной и учебно-методической литературы преподавателей НГЛУ, разделом «Легендарные книги» ЭБС «Юрайт», базой научной литературы «Jstor/ 488», доступом к базе СМИ «Polpred. Com», информационными ресурсам Интернета, аудио и видео материалами, ресурсами с тестовым доступом. Возможность использовать в учебном процессе ЭБС «Университетская библиотека онлайн», «Юрайт» позволяет студентам НГЛУ иметь круглосуточный индивидуальный он-лайн доступ к ресурсам с любого компьютера, подключенного к сети Интернет. Все электронные ресурсы имеют актуальный контент и позволяют обеспечить 100% книгообеспеченность каждого обучающегося, что соответствует требованиям ФГОС. Библиотека университета работает в сетевой автоматизированной информационно-библиотечной системе «МАРК-SQL», все отделы библиотеки подключены в локальную библиотечную сеть, автоматизированы и реализованы на практике технологические процессы, связанные с комплектованием, учетом, научной и технической обработкой документов, информационным и библиотечным обслуживанием читателей. Все фонды библиотеки отражены в Электронном каталоге (ЭК). Доступ к базе данных Книг и статей возможен не только из локальной сети библиотеки, но и с любого другого компьютера через Internet по адресам <http://www.lunn.ru> (сайт университета) с выходом на домашнюю страницу библиотеки или напрямую по <http://lib.lunn.ru>.

Обучающиеся могут пользоваться фондами библиотеки в 4 читальных залах с хорошим техническим оснащением, кабинетах, центрах или получать литературу на абонементы для работы дома. Для более полного удовлетворения читательских запросов в получении информации с компьютеров читальных залов сделан свободный безлимитный выход в Internet. Фотоотчеты о тематических книжных экспозициях и проводимых мероприятиях доступны на web-сайте библиотеки НГЛУ, в социальных сетях (группа «ВКонтакте», «Facebook»).

Содержание образовательных программ ориентировано на лучшие отечественные и зарубежные аналоги.



В распоряжении обучающихся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью» имеются: компьютерные классы, подключенные к сети Интернет, демонстрационный зал для просмотра видеofilмов.

Студенты имеют возможность оперативно обмениваться информацией с отечественными и зарубежными вузами.

Материально-техническое обеспечение программы осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО (п. 7.3.1):

- Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории; лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности;

- для проведения занятий лекционного типа – наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающие тематические иллюстрации.

- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза.

## **6. Характеристики среды вуза, обеспечивающие развитие общекультурных и социально-личностных компетенций выпускников**

В НГЛУ создана социокультурная среда и благоприятные условия для развития личности и регулирования социально-культурных процессов, способствующих укреплению нравственных, гражданских, общекультурных качеств обучающихся.

Современная модель социально-культурной среды НГЛУ строится на гармоничном интегрировании внеучебной работы в образовательный процесс и комплексном подходе к организации внеучебной работы, что позволяет эффективно осуществлять формирование профессиональных и общекультурных компетенций у студентов в течение всего цикла обучения.

Одной из характеристик социокультурной среды НГЛУ, обеспечивающей развитие общекультурных (социально-личностных) компетенций выпускников, является деятельность органов студенческого самоуправления.

### **Органы студенческого самоуправления, представляющие интересы широкой студенческой общественности**

• Первичная профсоюзная организация Нижегородской областной организации Профессионального союза работников народного образования и науки Российской Федерации в НГЛУ (Профсоюзная организация сотрудников и студентов НГЛУ)

• студенческие советы факультетов и общежитий

• студенческое научное общество

• студенческий комитет по вопросам совершенствования качества образования

Культурная и общественная жизнь НГЛУ позволяет студенту активно развивать свой вкус, приобщаться к художественному творчеству, повышать уровень своего развития практически во всех областях культуры и в общественной жизни.

### **Творческие студенческие коллективы**

• Народный коллектив России Академический хор НГЛУ

• студенческая театральная студия «ЛГУН»

• студенческий фольклорно-этнографический ансамбль «Синий лён»

• студенческий педагогический отряд «RespekT»

• студенческий педагогический отряд «ДОБРО»

• объединение студенческих педагогических отрядов «Путь к мечте»

• интернациональный клуб «LUNN Globe»

- студенческий кино клуб «Cassette»
- студенческое телевидение «LinTime»
- студенческий пресс-центр (радио и электронная газета «Лингвист»)
- мультипрофильный волонтерский центр «iVo-LUNN-teer»
- экологический клуб «Номесо»
- студенческая танцевальная группа «LUNN Flash»
- танцевальная группа «L Dance»
- группа поддержки «LUNN Cheers» при кафедре физической культуры и спорта
- методический клуб молодых преподавателей иностранных языков
- студенческий научно-дискуссионный клуб «Трибуна»
- клуб Российского Союза Молодежи при НГЛУ

Физическое воспитание студентов, формирование у них перспективной линии физического самосовершенствования и следования здоровому образу жизни осуществляется в вузе в соответствии с Программой по пропаганде здорового образа жизни, которая предусматривает комплексную систему спортивных мероприятий и мероприятий антитабачной, антиалкогольной и антинаркотической направленности.

#### **Студенческий спорт**

- Студенческий спортивный клуб НГЛУ
- Студенческий туристический клуб «Робинзон» (организация пеших походов различной категории сложности, водных походов, походов выходного дня)
- Областной клуб спортивных волонтеров «СпортАктив»
- Секции: волейбола, баскетбола, настольного тенниса, бадминтона.

**Студенческая проектная деятельность** реализуется в НГЛУ на базе проектного навигатора по формированию и дизайну надпрофессиональных компетенций «Soft Mapping School».

Участие администрации, профессорско-преподавательского состава и студентов как равноправных субъектов в управлении социокультурным воспитательным пространством НГЛУ в максимальной степени способствует развитию социальной активности студентов и преподавателей, формирует гражданственность, ответственность и приводит к оптимальным результатам личностного становления обучающихся и формирования их общекультурных компетенций.

### **7. Нормативно-методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере))**

В соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере) оценка качества освоения обучающимися основных образовательных программ включает текущий контроль успеваемости, промежуточную и государственную итоговую аттестацию обучающихся.

#### **7.1. Фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации**

Система оценок при проведении промежуточной аттестации обучающихся, формы, порядок и периодичность ее проведения указываются в Уставе высшего учебного заведения.

Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся утверждается Ученым советом НГЛУ.

Студенты НГЛУ при промежуточной аттестации сдают не более 10 форм контроля (экзаменов и зачетов) в одном семестре. В указанное число не входят зачеты по факультативным дисциплинам, элективным дисциплинам по физической культуре и спорту и практикам.

Студентам, участвующим в программах двустороннего и многостороннего обмена, могут перезачитываться дисциплины, изученные ими в другом высшем учебном заведении, в том числе зарубежном, в порядке, определяемом Ученым Советом НГЛУ.

В соответствии с требованиями ФГОС ВО для аттестации обучающихся на соответствие их персональных достижений требованиям соответствующей ОПОП университет создал и утвердил фонды оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Эти фонды включают: контрольные вопросы и типовые задания для практических занятий, лабораторных и контрольных работ, зачетов и экзаменов; тесты и компьютерные тестирующие программы; примерную тематику курсовых работ / проектов, рефератов и т.п., а также иные формы контроля, позволяющие оценить степень сформированности компетенций обучающихся.

На основе требований ФГОС ВО по соответствующему направлению подготовки разработаны:

- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения текущего контроля успеваемости по дисциплинам (модулям) ОПОП (заданий для контрольных работ, вопросов для коллоквиумов, тематики докладов, эссе, рефератов и т.п.);

- методические рекомендации преподавателям по разработке системы оценочных средств и технологий для проведения промежуточной аттестации по дисциплинам (модулям) ОПОП (в форме зачетов, экзаменов, курсовых работ / проектов и т.п.) и практикам);

- пособие по методическому обеспечению педагогического мониторинга качества образования в вузе.

## **7.2. Государственная итоговая аттестация выпускников**

### **ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

#### **Общие положения**

1. В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» освоение образовательных программ высшего образования в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (далее - НГЛУ) завершается обязательной государственной итоговой аттестацией выпускников, обучающихся по всем формам получения высшего образования и успешно освоивших основную образовательную программу (ОПОП) высшего образования.

2. Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовленности выпускника к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования и ОПОП, разработанной вузом на его основе.

3. К итоговым аттестационным испытаниям, входящим в состав государственной итоговой аттестации, допускается студент, успешно и в полном объеме завершивший освоение ОПОП, разработанной вузом в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

4. К видам итоговых аттестационных испытаний в составе итоговой аттестации выпускников по образовательной программе 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере), относятся:

- государственный экзамен;
- защита выпускной квалификационной работы.

5. Конкретный перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний и их содержание определяется вузом с учетом требований ФГОС ВО.

6. Программы итоговых экзаменов (по отдельным дисциплинам, итоговый экзамен и т.п.) и методические рекомендации по подготовке и защите выпускных квалификационных работ критерии их оценки утверждаются ректором вуза.

7. Итоговые аттестационные испытания, входящие в перечень обязательных итоговых аттестационных испытаний, не могут быть заменены оценкой качества освоения образовательных программ путем осуществления текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студента.

8. В случае успешного прохождения всех установленных видов итоговых аттестационных испытаний, входящих в государственную итоговую аттестацию, выпускнику НГЛУ присваивается степень «бакалавр» и выдается документ об образовании и квалификации, образец которого установлен Министерством образования и науки Российской Федерации.

#### **8. Особенности организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается адаптированная образовательная программа (при наличии личного заявления обучающегося), создаются специальные условия обучения с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся, для обучающихся-инвалидов программа адаптируется в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

## **Разработчики ОПОП:**

Профессорско-преподавательский состав выпускающей кафедры рекламы, связей с общественностью и туризма под руководством и.о. зав. кафедрой доктора филологических наук, доцента Архангельской И.Б.

Профессорско-преподавательский состав кафедр, обеспечивающих преподавание дисциплин ОПОП по данному направлению.

Работодатели, принимающие участие в реализации ОПОП (чтение дисциплин вариативного части Блока 1 «Дисциплины (модули)», руководство производственной практикой, участие в работе Государственной экзаменационной комиссии):

Гапеенкова М.Ю., заместитель директора по коммуникациям; учредитель ООО «Социо-Пеленг», агентство IT и интернет-контента;

Прохорова М.В., директор по рекламе, связям с общественностью и маркетингу ООО «СинтетикГрупп»;

Ротанова М.Б., руководитель отдела рекламы и связей с общественностью ООО «Апостиль», агентство туризма и перевода;

Смирнова И.П., директор по развитию ООО «Туристический клуб «Все включено-НН»»;

Семенов Е.Е., руководитель филиала Фонд развития гражданского общества (ФОРГО) в Нижнем Новгороде.

Согласовано с председателем Студенческого совета по качеству в НГЛУ:

К.А. Малькова





## Календарный учебный график

Мес	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь				Февраль				Март				Апрель				Май				Июнь				Июль				Август															
Числа	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-5	6-12	13-19	20-26	27-3	4-10	11-17	18-24	25-31	1-7	8-14	15-21	22-28	29-5	6-12	13-19	20-26	27-2	3-9	10-16	17-23	24-31								
нед.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52								
I																																																												
II																																																												
III					п	п	п	п	п																																																			
IV						п	п	п	п	п	п																																																	
V																		д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д	д

## Сводные данные

	Курс 1			Курс 2			Курс 3			Курс 4			Курс 5			Итого
	Сен. 1	Сен. 2	Всего	Сен. 3	Сен. 4	Всего	Сен. 5	Сен. 6	Всего	Сен. 7	Сен. 8	Всего	Сен. 9	Сен. А	Всего	
Теоретическое обучение	19 2/6	13 4/6	33	19 2/6	12 2/6	31 4/6	14	15 4/6	29 4/6	13 4/6	13	26 4/6	12 1/6		12 1/6	133 1/6
Э Экзаменационные сессии	1 2/6	3 2/6	4 4/6	1 2/6	2 4/6	4	4/6	3 2/6	4	1	2	3	4/6		4/6	16 2/6
У Учебная практика		2	2		4	4										6
П Производственная практика								6		6	6	4	10			16
Пд Преддипломная практика													2		2	2
Д Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты													4		4	4
Г Подготовка к сдаче и сдача гос. экзамена													2		2	2
К Каникулы	1	9	10	1	9	10	1	9	10	1	9	10	3 5/6		3 5/6	43 5/6
* Нерабочие праздничные дни (не включая воскресенья)	1 2/6 (8 дп)	1 (6 дп)	2 2/6 (14 дп)	1 2/6 (8 дп)	1 (6 дп)	2 2/6 (14 дп)	1 2/6 (8 дп)	1 (6 дп)	2 2/6 (14 дп)	1 2/6 (8 дп)	1 (6 дп)	2 2/6 (14 дп)	1 2/6 (8 дп)		1 2/6 (8 дп)	10 4/6 (64 дп)
Продолжительность обучения (не включая нерабочие праздничные дни и каникулы)	более 39 нед.			более 39 нед.			более 39 нед.			более 39 нед.			не менее 12 нед. и не более 39 нед.			
Итого	23	29	52	23	29	52	23	29	52	23	29	52	26		26	234
Студентов																
Групп																



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

План одобрен Ученым советом вуза  
Протокол № 1 от 28.08.2020

**РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН**  
по программе бакалавриата

УТВЕРЖДАЮ

Ректор \_\_\_\_\_ Ж.В. Никонова

« 28 » августа 2020 г.

42.03.01

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере**

*Высшая школа социальных наук*

Квалификация: Бакалавр
Программа подготовки: академический бакалавриат
Форма обучения: Очная
Срок получения образования: 4 года

Год начала подготовки (по учебному плану) 2018  
Учебный год 2020-2021  
Образовательный стандарт (ФГОС) №997 от 11.08.2016

	Основной	Виды профессиональной деятельности
+	+	организационно-управленческая
+	+	проектная
+	+	коммуникационная
+	+	рекламно-информационная
+	+	рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая
+	+	информационно-технологическая

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор \_\_\_\_\_ И.Ю. Зиновьева

и.о. декана \_\_\_\_\_ Е.Е. Семенов

и.о. зав. кафедрой \_\_\_\_\_ И.Б. Архангельская







МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 1 от 28.08.2020

42.03.01

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Институт дистанционного обучения

Квалификация: Бакалавр
Программа подготовки: академический бакалавриат
Форма обучения: Очно-заочная
Срок получения образования: 4 года 6 месяцев

	Основной	Виды профессиональной деятельности
+	+	организационно-управленческая
+	+	проектная
+	+	коммуникационная
+	+	рекламно-информационная
+	+	рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая
+	+	информационно-технологическая

УТВЕРЖДАЮ  
Ректор \_\_\_\_\_  
« 28 » августа 2020 г. \_\_\_\_\_  
Ж.В. Никонова



Год начала подготовки (по учебному плану) 2018  
Учебный год 2020-2021  
Образовательный стандарт (ФГОС) № 997 от 11.08.2016

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор \_\_\_\_\_ И.Ю. Зиновьева

Директор  
Института дистанционного  
обучения \_\_\_\_\_ Р.А. Иванова



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования  
«Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

РАБОЧИЙ УЧЕБНЫЙ ПЛАН

по программе бакалавриата

План одобрен Ученым советом вуза

Протокол № 1 от 28.08.2020

42.03.01

42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Институт дистанционного обучения

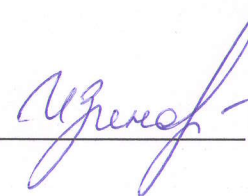
Квалификация: Бакалавр
Программа подготовки: академический бакалавриат
Форма обучения: Заочная
Срок получения образования: 4 года 6 месяцев

+	Основной	Виды профессиональной деятельности
+	+	организационно-управленческая
+	+	проектная
+	+	коммуникационная
+	+	рекламно-информационная
+	+	рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая
+	+	информационно-технологическая

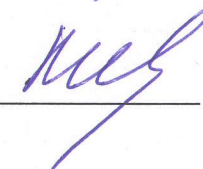
Год начала подготовки (по учебному плану) 2018  
Учебный год 2020-2021  
Образовательный стандарт (ФГОС) № 997 от 11.08.2016

СОГЛАСОВАНО

Первый проректор

  
И.Ю. Зиновьева

Директор  
Института дистанционного  
обучения

  
Р.А. Иванова



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Ж.В. Никонова

2020 г.



Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1	Дисциплины (модули)	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б1.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б1.Б.01	История	ОК-2; ОК-7
Б1.Б.02	Физическая культура и спорт	ОК-8
Б1.Б.03	Русский язык и культура речи	ОК-5; ОК-7
Б1.Б.04	Безопасность жизнедеятельности	ОК-9
Б1.Б.05	Иностранный язык	ОК-5; ОК-7
Б1.Б.06	Философия	ОК-1; ОК-6
Б1.Б.07	Экономика	ОК-3; ПК-1; ПК-2; ПК-5
Б1.Б.08	Социология	ОК-1; ОК-6; ПК-10
Б1.Б.09	Основы социального государства	ОК-2; ОК-4; ОК-7
Б1.Б.10	Правоведение	ОК-4; ОК-7
Б1.Б.11	Психология	ОК-6; ОК-7; ПК-6
Б1.Б.12	Математика	ОК-7; ПК-5; ПК-11
Б1.Б.13	Информатика	ОПК-6; ПК-4; ПК-8; ПК-16
Б1.Б.14	Пакеты прикладных программ	ОПК-6; ПК-8; ПК-16
Б1.Б.15	Концепции современного естествознания	ОК-1; ОК-7
Б1.Б.16	Религиоведение	ОК-6; ПК-3; ПК-12
Б1.Б.17	Этика и психология делового общения	ОК-5; ПК-6
Б1.Б.18	Стилистика и литературное редактирование	ОК-5; ОПК-3
Б1.Б.19	Логика	ОК-5; ПК-11
Б1.Б.20	Основы коммуникационного и культурного менеджмента	ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б1.Б.21	Основы рекламы и связей с общественностью	ОК-2; ОК-6; ОПК-3; ПК-4; ПК-7
Б1.Б.22	Основы теории коммуникации	ОК-6; ОПК-4; ОПК-6; ПК-6; ПК-7
Б1.Б.23	Социология массовых коммуникаций	ОК-3; ПК-10
Б1.Б.24	Психология массовых коммуникаций	ОК-6; ОПК-5; ПК-6
Б1.Б.25	Теория и практика массовой информации	ОК-6; ПК-2; ПК-6; ПК-12
Б1.Б.26	Теория и практика рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ОПК-4; ОПК-5; ПК-1; ПК-7; ПК-14
Б1.Б.27	Основы менеджмента	ОПК-4; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б1.Б.28	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	ОК-6; ОПК-2; ПК-1; ПК-14; ПК-15
Б1.Б.29	Основы маркетинга	ОК-3; ПК-9; ПК-11; ПК-15
Б1.Б.30	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	ОК-3; ПК-9; ПК-11
Б1.Б.31	Современная пресс-служба	ОК-6; ОПК-2; ПК-6
Б1.Б.32	Основы медиапланирования	ОПК-2; ОПК-4; ПК-13; ПК-15



Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.Б.33	Основы антикризисного менеджмента	ОК-6; ОК-9; ОПК-1
Б1.Б.34	Конфликтология	ОК-6; ПК-3
Б1.Б.35	Практический курс иностранного языка	ОК-5; ОК-6; ОК-7
Б1.Б.36	Иностранный (английский) язык в профессиональной сфере	ОК-5; ОК-7; ОПК-3; ПК-6
Б1.В	Вариативная часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б1.В.01	История и актуальные проблемы журналистики	ОК-2; ОК-7; ПК-7
Б1.В.02	Брендинг	ОПК-4; ПК-1; ПК-8
Б1.В.03	Работа с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере	ОК-6; ОПК-3; ПК-8; ПК-16
Б1.В.04	Реклама и связи с общественностью в сфере производства, торговли и финансов	ОК-3; ОПК-1; ОПК-2; ПК-1; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-9; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14
Б1.В.05	Технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе	ОПК-3; ОПК-4; ПК-4; ПК-5; ПК-8; ПК-9
Б1.В.ДВ.01	Дисциплины (модули) по выбору 1 (ДВ.1)	ОК-4; ПК-3
Б1.В.ДВ.01.01	Основы трудового законодательства	ОК-4; ПК-3
Б1.В.ДВ.01.02	Социология личности	ОК-4; ОК-6; ПК-3
Б1.В.ДВ.02	Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)	ОК-1; ОПК-3; ОПК-6; ПК-11
Б1.В.ДВ.02.01	Методы научных исследований	ОК-1; ОПК-3; ОПК-6; ПК-11
Б1.В.ДВ.02.02	Методология написания научных работ	ОК-1; ОПК-3; ОПК-6; ПК-11
Б1.В.ДВ.02.03	Теория и практика аргументации	ОК-1; ПК-11
Б1.В.ДВ.02.04	Риторика и академическое письмо	ОК-5; ОПК-3; ПК-11
Б1.В.ДВ.03	Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)	ОПК-1; ПК-7
Б1.В.ДВ.03.01	Немедийные коммуникации	ОПК-1; ПК-7
Б1.В.ДВ.03.02	Деловая документация в связях с общественностью и рекламе	ОПК-1; ПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.03.03	Основы проектной деятельности в профессиональной сфере	ОПК-1; ПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.04	Дисциплины (модули) по выбору 4 (ДВ.4)	ОПК-1; ПК-7
Б1.В.ДВ.04.01	Брендинг территории	ОПК-1; ПК-7
Б1.В.ДВ.04.02	Регионоведение	ОПК-1; ПК-7
Б1.В.ДВ.05	Дисциплины (модули) по выбору 5 (ДВ.5)	ОК-6; ПК-6; ПК-10
Б1.В.ДВ.05.01	Этнология	ОК-6; ПК-6; ПК-10
Б1.В.ДВ.05.02	Работа в многонациональных коллективах	ОК-6; ПК-6; ПК-10
Б1.В.ДВ.06	Дисциплины (модули) по выбору 6 (ДВ.6)	ОК-5; ОК-6; ОК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б1.В.ДВ.06.01	Управление персоналом	ОК-5; ОК-6; ОК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б1.В.ДВ.06.02	Репутационный менеджмент	ОК-5; ОК-6; ОК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б1.В.ДВ.06.03	Тайм-менеджмент	ОК-5; ОК-6; ОК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3
Б1.В.ДВ.07	Дисциплины (модули) по выбору 7 (ДВ.7)	ОК-7; ПК-3; ПК-6; ПК-14

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б1.В.ДВ.07.01	Выставка как инструмент рекламы и связей с общественностью	ОК-7; ПК-3; ПК-6; ПК-14
Б1.В.ДВ.07.02	Правовое регулирование рекламной деятельности	ОК-4; ОК-7; ПК-3; ПК-6; ПК-14
Б1.В.ДВ.08	Дисциплины (модули) по выбору 8 (ДВ.8)	ПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-12; ПК-13; ПК-15
Б1.В.ДВ.08.01	Реклама и связи с общественностью в некоммерческих организациях	ПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-12; ПК-13; ПК-15
Б1.В.ДВ.08.02	Социальный маркетинг	ПК-3; ПК-6; ПК-7; ПК-12; ПК-13; ПК-15
Б1.В.ДВ.09	Дисциплины (модули) по выбору 9 (ДВ.9)	ОК-5; ОК-7; ОПК-1; ПК-6
Б1.В.ДВ.09.01	Основы деловой корреспонденции (на ин. яз.)	ОК-5; ОК-7; ОПК-1; ПК-6
Б1.В.ДВ.09.02	Развитие навыков устного делового общения (на ин. яз.)	ОК-5; ОК-6; ПК-3; ПК-6
Б1.В.ДВ.10	Дисциплины (модули) по выбору 10 (ДВ.10)	ОК-5; ОК-7; ОПК-3; ПК-8
Б1.В.ДВ.10.01	Лексические и грамматические особенности языка рекламы (на ин. яз.)	ОК-5; ОК-7; ОПК-3; ПК-8
Б1.В.ДВ.10.02	Совершенствование навыков орфографии (на ин. яз.)	ОК-5; ОК-7; ОПК-3; ПК-8
Б1.В.ДВ.11	Дисциплины (модули) по выбору 11 (ДВ.11)	ОК-5; ОК-7; ПК-6
Б1.В.ДВ.11.01	Деловые переговоры (на английском языке)	ОК-5; ОК-7; ПК-6
Б1.В.ДВ.11.02	Иностранный (английский) язык в сфере бизнеса	ОК-5; ОК-7; ПК-6
Б1.В.ДВ.12	Дисциплины (модули) по выбору 12 (ДВ.12)	ОК-3; ОК-4; ОК-7; ПК-1; ПК-6; ПК-7
Б1.В.ДВ.12.01	Основы предпринимательской деятельности	ОК-3; ОК-4; ОК-7; ПК-1; ПК-6; ПК-7
Б1.В.ДВ.12.02	Основы коммерции	ОК-3; ОК-4; ОК-7; ПК-1; ПК-6; ПК-7
Б1.В.ДВ.13	Дисциплины (модули) по выбору 13 (ДВ.13)	ОК-3; ОПК-1; ОПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.13.01	Консалтинг в коммерческой сфере	ОК-3; ОПК-1; ОПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.13.02	Управленческое консультирование в бизнес-коммуникациях	ОК-3; ОПК-1; ОПК-4; ПК-7
Б1.В.ДВ.14	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	ОК-8
Б1.В.ДВ.14.01	Общая физическая подготовка	ОК-8
Б1.В.ДВ.14.02	Игровые виды спорта	ОК-8
Б1.В.ДВ.14.03	Атлетическая гимнастика	ОК-8
Б1.В.ДВ.14.04	Корректирующая гимнастика	ОК-8
Б1.В.ДВ.14.05	Туризм	ОК-8
Б2	Практики	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б2.В	Вариативная часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б2.В.01(У)	Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности)	ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ Учебный план бакалавриата '42.03.01 PCO PCO в КС Очно 2018 г.н..plx', код направления 42.03.01, год начала подготовки 2018

Индекс	Наименование	Формируемые компетенции
Б2.В.02(П)	Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б2.В.03(Н)	Производственная практика (научно-исследовательская работа)	ОК-1; ОК-3; ОК-4; ОК-7; ОПК-6; ПК-5; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-14
Б2.В.04(Пд)	Производственная практика (преддипломная)	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б3	Государственная итоговая аттестация	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б3.Б	Базовая часть	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б3.Б.01	Государственная итоговая аттестация	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б3.Б.02(Д)	Защита выпускной квалификационной работы, включая подготовку к процедуре защиты и процедуру защиты	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-8; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
Б3.Б.03(Г)	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	ОК-1; ОК-2; ОК-3; ОК-4; ОК-5; ОК-6; ОК-7; ОК-9; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4; ПК-5; ПК-6; ПК-7; ПК-8; ПК-9; ПК-10; ПК-11; ПК-12; ПК-13; ПК-14; ПК-15; ПК-16
ФТД	Факультативы	ОК-4; ОК-5; ОК-7; ОПК-3; ПК-3
ФТД		ОК-4; ОК-5; ОК-7; ОПК-3; ПК-3
ФТД.ДВ.01	Блок лингвистических факультативных дисциплин по выбору	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.01.01	Русский язык как иностранный	ОК-5
ФТД.ДВ.01.02	Второй иностранный язык (немецкий)	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.01.03	Второй иностранный язык (французский)	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.01.04	Второй иностранный язык (испанский)	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.02	Третий иностранный язык	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.02.01	Польский язык	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.02.02	Сербский язык	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.02.03	Венгерский язык	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.02.04	Арабский язык	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.02.05	Турецкий язык	ОК-5; ОК-7
ФТД.ДВ.03	Блок социально-гуманитарных факультативных дисциплин по выбору	ОК-5; ОПК-3
ФТД.ДВ.03.01	Русский язык в социокультурном аспекте	ОК-5; ОПК-3
ФТД.ДВ.03.02	Коррупция: причины, проявление, противодействие	ОК-4; ПК-3

**Рабочая программа воспитания**

**Цель воспитательной работы:** создание условий для реализации интеллектуального и творческого потенциала обучающихся, вовлечения молодежи в социальные практики и в развитие волонтерского движения, формирование у молодежи чувств гражданственности и патриотизма, бережного отношения к культурному наследию и традициям страны.

Задачи	Ключевые проекты (мероприятия)	Исполнители проекта	Целевые индикаторы	Ед. измерения	Плановое значение на 1 год обучения	Плановое значение на 2 год обучения	Плановое значение на 3 год обучения	Плановое значение на 4 год обучения	Плановое значение на 5 год обучения
1. Развитие волонтерского движения	<p>1.1. Реализация линейки проектов волонтерского центра НГЛУ «IvoLUNNteer» (социальное, спортивное, событийное, лингвистическое волонтерство)</p> <p>1.2. Участие волонтеров НГЛУ в реализации федерального проекта «Мы вместе»</p> <p>1.3. Участие волонтеров НГЛУ в мероприятиях проекта «Абилимпикс»</p> <p>1.4. Проект по адаптации</p>	<p>УВР, Заместители и деканов по воспитательной работе</p> <p>Органы студенческого самоуправления, волонтерский центр НГЛУ</p>	1.1.1. Доля обучающихся, вовлеченных в проекты волонтерского центра университета	%	20	25	30	35	40

	иностранн студенто вузе.								
2. Совершенствование системы студенческого самоуправления	2.1. Организация и проведение системы тренингов, интенсивов, семинаров и мастер-классов для студенческого актива 2.2. Участие в региональных, межрегиональных и всероссийских мероприятиях и конкурсах для органов студенческого самоуправления	УВР, Заместитель и деканов по воспитательной работе Органы студенческого самоуправления	2.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в тренингах, интенсивах, семинарах и мастер-классах для студенческого актива	%	10	15	20	20	20
			2.1.2. Доля обучающихся, задействованных в деятельности Студенческого совета НГЛУ	%	10	15	15	15	15
3. Развитие студенческого спорта	3.1. Участие обучающихся НГЛУ в физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятиях ВУЗа, в также в межвузовских,	Кафедра физической культуры и спорта, УВР, Заместитель и деканов по воспитательной работе	3.1.1. Доля обучающихся, участвующих в физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятиях ВУЗа, в также в межвузовских, городских,	%	20	20	20	20	20

	городских, региональных, окружных и федеральных	ьной работе	региональных, окружных и федеральных						
			3.1.2. Доля обучающихся, участвующих в деятельности спортивно-туристского клуба НГЛУ	%	2	2	2	2	2
4. Профилактика асоциальных проявлений, терроризма и экстремизма в молодежной среде	4.1. Организация и проведение кураторских часов, направленных на профилактику экстремизма. 4.2. Организация и проведение мероприятий, направленных на укрепление межнациональных связей, пропаганду культурных ценностей народов,	УВР, Заместитель и деканов по воспитательной работе	4.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в кураторских часах по вопросам профилактики асоциальных проявлений, терроризма и экстремизма в молодежной среде	%	80	80	80	80	80
			4.1.2. Доля обучающихся. Принявших участие во встречах с сотрудниками органов внутренних дел	%	40	40	40	40	40

	<p>проживающих в регионе.</p> <p>4.3. Реализация блока мероприятий, направленных на знакомство с культурой и традициями иностранных государств, чьи представители являются студентами НГЛУ</p> <p>4.4. Встречи студентов с представителями органов внутренних дел по тематике: профилактика преступлений террористического характера, экстремистских проявлений, по информированию о криминальных субкультурах</p>		<p>4.1.3. Доля обучающихся, принявших участие в мероприятиях, на укрепление межнациональных связей, пропаганду культурных ценностей народов, проживающих в регионе, а также в мероприятиях, направленных на знакомство с культурой и традициями иностранных государств, чьи представители являются студентами НГЛУ</p>	%	85	85	85	85	85
<p>5. Создание университетской среды для реализации творческого</p>	<p>5.1. Участие обучающихся в творческих фестивалях и конкурсах регионального,</p>	<p>УВР, Центр студенческого творчества, Руководитель</p>	<p>5.1.1. Доля обучающихся, вовлеченных в участие творческих фестивалей и</p>	%	30	30	30	30	30

потенциала, поддержки талантливой молодежи и развития молодежной науки	окружного и всероссийского уровня 5.2. Проведение выездных интенсивов для одаренных студентов, в т.ч. по направлениям научной деятельности 5.3. Участие обучающихся НГЛУ в региональных, окружных и всероссийских научных конференциях и конкурсных мероприятиях	ли проектных офисов Наука и Поддержка талантливой молодежи, Заместитель и деканов по воспитательной работе	конкурсах различного уровня						
			5.1.2. Доля обучающихся, прошедших через выездные интенсивы для одаренных студентов, в т.ч. по направлениям научной деятельности и принявших участие в региональных, окружных и всероссийских научных конференциях и конкурсных мероприятиях	%	10	15	15	15	15
6. Освоение обучающимися инструментария проектной деятельности в сфере цифровой экономики	6.1. Реализация программы и конкурса «Резиденты цифрового образования НГЛУ» и школы цифрового наставничества 6.2 Проведение студенческой школы	УВР, Руководитель проектного офиса Цифровое развитие, Заместитель и деканов по воспитательной работе	6.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в тематических мероприятиях и получивших новые компетенции в сфере цифровой экономики	%	20	25	30	35	40



	цифрового проектирования «Lunn EdTech» и молодежного образовательного форума «Digital native»								
7. Создание собственного карьерного трека, развитие навыков предпринимательской деятельности	7.1. Участие обучающихся в ярмарках, форумах и тематических мероприятиях регионального, окружного и всероссийского уровней 7.2. Проведение индивидуально и группового консультирования студентов НГЛУ по вопросам самопрезентации и профориентации 7.3. Участие обучающихся в тематических мероприятиях с работодателями,	УВР, Руководитель проектного офиса Карьера, Заместитель и деканов по воспитательной работе	7.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в ярмарках, форумах и тематических мероприятиях регионального, окружного и всероссийского уровней	%	40	45	50	55	60
			7.1.2. Доля обучающихся, прошедших индивидуальное и групповое консультирование по вопросам самопрезентации и профориентации	%	50	50	50	50	50

	профстажировках								
8. Обучение студентов навыкам проектной деятельности	8.1. Организация работы мастерской по написанию заявок на участие в грантовых конкурсах реализации молодежных инициатив и проектов 8.2. Участие в молодежных грантовых конкурсах регионального, окружного и всероссийского уровней	УВР, Центр студенческого творчества, Заместитель и деканов по воспитательной работе	8.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в молодежных грантовых конкурсах регионального, окружного и всероссийского уровней	%	50	65	70	75	80

9. Развитие у обучающихся чувств гражданственности и патриотизма	9.1. Реализация студенческих проектов патриотической направленности и	УВР, Заместитель и деканов по воспитательной работе	9.1.1. Доля обучающихся, принявших участие в вузовских мероприятиях патриотической направленности	%	25	25	25	25	25
	9.2. Совершенствование работы исторических объединений и клубов, ведущих историко-патриотическую и просветительскую работу		9.1.2. Доля обучающихся, принявших участие в мероприятиях по просветительской работе (экскурсии, экспозиции, квесты, квизы, лекции, диспут-клубы, встречи в рамках проекта «Диалоги с Героями»)	%	40	40	40	40	40
	9.3. Участие обучающихся в мероприятиях патриотической направленности и внутривузовского, городского, регионального, окружного и всероссийского уровней		9.1.3. Доля обучающихся, принявших участие в патриотических мероприятиях и проектах внутривузовского, городского, регионального, окружного и всероссийского уровней	%	10	10	10	10	10

## Календарный план по воспитательной работе НГЛУ

Проектные офисы «Социальная активность» и «Творчество»			
№	Дата и время проведения	Наименование мероприятия	Ответственные, участники
1.	1 сентября	День знаний в НГЛУ	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
2.	2- 4 сентября	Welcome week для студентов первого курса высших школ университета в рамках адаптационных дней	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
3.	20-30 сентября	Проведение мероприятий в рамках федеральной акции «Весенняя неделя добра» (перенос из-за пандемии)	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Волонтерский центр «iVoLUNN-teer» Нижегородская служба добровольцев (по согласованию)
4.	В течение сентября	«Мой НГЛУ – моя история»: цикл презентационных бесед сотрудников Музея истории НГЛУ с первокурсниками	Управление по воспитательной работе, Музей НГЛУ, заместители деканов по ВР
5.	23-30 сентября	Цикл мероприятий в рамках Всемирной акции «Очистим планету от мусора»	Управление по воспитательной работе, экологический клуб НГЛУ, студенческий экологический клуб НГЛУ
6.	2 октября	Фестиваль творчества первокурсников «ДЕБЮТ»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
7.	01-15 октября	Дни первокурсника в высших школах НГЛУ	Студенческий Профком, профорги высших школ
8.	01-10 октября	Выборы органов студенческого самоуправления в высших школах (совет высшей школы)	заместители деканов по ВР, управления по воспитательной работе

9.	05 октября	Праздничная концертная программа «Учителю»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
10.	19 октября	Конференция делегатов высших школ НГЛУ по выбору Студенческого совета университета	Начальник управления по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
11.	04 ноября	Торжественные мероприятия по случаю Дня народного единства	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
12.	9-12 ноября	Отборочный этап межвузовского проекта по развитию студенческого самоуправления «СтудактивНО»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
13.	26 ноября	Международный молодежный фестиваль мобильного кино «DOBRO & LUBOV»	Оргкомитет Фестиваля (И.А. Вдовина, С.А. Колобова), Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества, высшие школы и институты
14.	ноябрь-апрель	Проектный навигатор «Soft Mapping School»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
15.	декабрь	XI Международный фестиваль студенческой молодёжи «В этом мире большом»	Управление по воспитательной работе, Институт русского языка, волонтерский корпус НГЛУ «iVo-LUNN-teer», заместители деканов по ВР
16.	1-3 декабря	Школа волонтерства НГЛУ «iVo-LUNN-teer»	Начальник управления по ВР, волонтерский корпус НГЛУ «iVo-LUNN-teer» Региональный ресурсный центр развития добровольчества
17.	11 декабря	Праздничная концертная программа «Звезды World Song» по случаю Дня Конституции Российской Федерации	Центр студенческого творчества НГЛУ, заместители деканов по ВР
18.	В течение декабря	Всероссийский образовательный форум «Студвесна»	Оргкомитет Форума, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества

19.	30 декабря	Новогодняя концертная программа НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
20.	25 января	День студента в НГЛУ: цикл праздничных мероприятий и акций с участием студенческих объединений и студентов НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
21.	12 февраля	Встреча с ветеранами войны в Афганистане	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР
22.	17 февраля	Фестиваль блоггеров «BlogFest»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
23.	22 февраля	Студенческий флешмоб и цикл корпоративных мероприятий по случаю празднования Дня защитника Отечества	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
24.	март	Международная хоровая ассамблея «Coro di Linguisti»	Народный коллектив России Академический хор НГЛУ, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
25.	в течение марта	Отборочные этапы Нижегородского областного фестиваля-конкурса студенческого творчества «Студенческая весна – 2021» на базе НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
26.	апрель	Конкурсный смотр художественной программы НГЛУ в рамках Нижегородского Областного фестиваля студенческого творчества «Студенческая весна – 2021»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
27.	апрель	Гала-концерт Областного фестиваля студенческого творчества «Студенческая весна – 2021»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
28.	22 апреля – 15 мая	Выставочная экспозиция Музея НГЛУ «Вклад НГЛУ в достижение Великой Победы» и др.	Музей НГЛУ, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ

29.	23 апреля	Международная акция «Вахта Памяти: 15 дней до Великой Победы» в НГЛУ	Музей НГЛУ, Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ
30.	апрель	Последние звонки на факультетах НГЛУ	Заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
31.	4-7 мая	Лекторий с участием Ветеранов ВОВ в рамках гражданско-патриотического проекта «Славься, Отечество!»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества НГЛУ, зам. деканов по ВР
32.	6-7 мая	Патриотическая акция «Георгиевская лента»	Управление по ВР, студенческие педагогические отряды НГЛУ
33.	7 мая	Международный фестиваль военно-патриотической песни «Поклонимся великим тем годам...»	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, ФГБОУ ВО «Нижегородская государственная консерватория им. М.И. Глинки» (по согласованию)
34.	вторая половина мая	Выездной тренинг студенческого актива НГЛУ и проектный навигатор «Погружение»	Управление по воспитательной работе
35.	28 мая	Отчетный концерт творческих объединений НГЛУ «Точка»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
36.	3 июня	Фестиваль авторского творчества «Пространство»	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
37.	в течение июня	X Международный молодежный арт-проект «World Song: Песня мира»	Оргкомитет проекта, Центр студенческого творчества НГЛУ
38.	конец июня	Выпускной вечер НГЛУ	Управление по воспитательной работе, Центр студенческого творчества
39.	в течение летних каникул	Участие студентов НГЛУ в летней форумной кампании	Управление по ВР, заместители деканов по ВР
40.	в течение летних каникул	Выездные тематические интенсивы для студентов НГЛУ	Управление по ВР, заместители деканов по ВР

<b>Проектный офис «Здоровый жизненный стиль»</b>			
41.	3 сентября	Диктант Победы. Флэшмоб в социальных сетях в рамках Дня солидарности в борьбе с терроризмом	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, Центр студенческого творчества НГЛУ
42.	21-30 сентября (по особому графику)	«Азбука безопасности студента НГЛУ»: цикл профилактических лекций для первокурсников по профилактике правонарушений и безопасности жизнедеятельности	Управление по воспитательной работе, заместители деканов по ВР, начальник службы безопасности НГЛУ
43.	сентябрь - октябрь по особому графику	Социально-психологическое тестирование студентов первого курса высших школ	Управление по воспитательной работе, деканы и зам. деканов высших школ
44.	1 октября	Легкоатлетический кросс в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта, Управление по воспитательной работе, деканы и зам. деканов высших школ
45.	14 октября	Спортивно-туристический праздник для студентов I курса	Кафедра физической культуры и спорта, Управление по воспитательной работе, деканы и зам. деканов высших школ
46.	28 октября	Детские старты «Веселые спортивные каникулы»	Кафедра физической культуры и спорта
47.	2-27 ноября	Акция Марафон «Здоровый образ жизни»: Конкурс социальной рекламы «Жизнь без курения, алкоголя, наркотиков», публичные выставки, профилактические беседы со студентами.	Кафедра физической культуры и спорта
48.	15 ноября	Акция «10000 к жизни» в рамках Международного спортивного форума «Россия - спортивная держава» (по согласованию)	Кафедра физической культуры и спорта
49.	23-30 ноября	Акция «СТОПВИЧСПИД» в преддверии международного Дня борьбы со СПИДом (1 декабря)	Управление по воспитательной работе, студенческий пресс-центр, заместители деканов по ВР, кураторы учебных групп
50.	9 декабря	Открытие Спартакиады НГЛУ среди студентов	Кафедра физической культуры и спорта



51.	9-10 декабря	Волейбол в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
52.	16 декабря	Турнир по волейболу на кубок Нижегородского района в рамках Дня здоровья НГЛУ среди женских студенческих команд	Кафедра физической культуры и спорта
53.	23 декабря	Папа, мама, я - спортивная семья!	Кафедра физической культуры и спорта
54.	20-24 января	Городская акция «Студенческий десант» под эгидой УМВД России по Нижнему Новгороду	Управление по воспитательной работе
55.	17 февраля	Скандинавская ходьба для преподавателей и сотрудников	Кафедра физической культуры и спорта
56.	февраль	Всероссийская массовая лыжная гонка «Лыжня России – 2021» (нижегородский этап) и Нижегородский фестиваль зимних видов спорта #ZIMAFEST	Волонтерский центр НГЛУ, Центр студенческого творчества НГЛУ
57.	25 февраля	Участие в городском турнире по волейболу среди сотрудников и преподавателей, посвященный дню защитника Отечества	Кафедра физической культуры и спорта
58.	25 февраля	Шахматы в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
59.	март	Участие в областном турнире по мини-футболу среди девушек, посвященном празднику 8 марта	Кафедра физической культуры и спорта
60.	18 марта	Чирлидинг в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
61.	25 марта	Участие в городских соревнованиях Папа, мама, я - спортивная семья!	Кафедра физической культуры и спорта
62.	30-31 марта	Бадминтон в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
63.	8 апреля	Участие в мероприятии, посвященном 40-летию туристического клуба «Робинзон»	Кафедра физической культуры и спорта
64.	14-15 апреля	Баскетбол в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
65.	15 апреля	Встреча студентов НГЛУ с представителями ГУ МВД по г. Нижнему Новгороду и Нижегородской области «Диалог с полицией»	Управление по воспитательной работе, зам. деканов по ВР
66.	27-28 апреля	Мини-футбол в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
67.	5 мая	Международный молодежный спортивный марафон «ПОБЕДА»	Центр студенческого творчества НГЛУ,

			Заместители деканов по ВР, Кафедра физической культуры и спорта
68.	6 мая	Участие в городском мини-марафоне на 5 км, приуроченном ко Дню Победы	Кафедра физической культуры и спорта
69.	12 мая	Дартс в рамках Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
70.	19 мая	Легко-атлетическая эстафета НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
71.	20 мая	Закрытие Спартакиады НГЛУ	Кафедра физической культуры и спорта
72.	июнь	Неделя безопасности в НГЛУ: мероприятия и лекции профилактической направленности по безопасности жизнедеятельности	Управление по воспитательной работе, служба безопасности НГЛУ, заместители деканов по ВР
<b>Проектный офис «Карьера»</b>			
73.	сентябрь-февраль	Участие в олимпиаде «Я – профессионал»	ЦТКБ НГЛУ
74.	сентябрь-май	Участие в проекте «Профстажировки 2:0»	ЦТКБ НГЛУ
75.	сентябрь	Квест «Обогащение профессии» в рамках общей программы "Welcome week"	ЦТКБ НГЛУ
76.	15-18 сентября	Участие в форуме «Карьерный навигатор»	ЦТКБ НГЛУ
77.	17, 24, 30 сентября	Участие в онлайн ярмарке вакансий «Работа есть!»	ЦТКБ НГЛУ
78.	ежемесячно	Мастер-классы с участием представителей кадровых агентств и бизнес – консультантов	ЦТКБ НГЛУ
79.	сентябрь-июнь	Организация презентаций предприятий и организаций высших школах НГЛУ	ЦТКБ НГЛУ
80.	раз в два месяца	Организация презентаций и проведение мероприятий от Work and travel USA	ЦТКБ НГЛУ
81.	сентябрь-июнь	Индивидуальное консультирование студентов НГЛУ по вопросам самопрезентации, профориентации, подбор подходящих вакансий из банка вакансий Центра. Групповое консультирование студентов НГЛУ по вопросам состояния рынка труда	ЦТКБ НГЛУ

82.	Февраль-март	Анкетирование студентов НГЛУ для выявления их карьерных ожиданий и готовности к трудоустройству	ЦТКБ НГЛУ
83.	ежемесячно	Размещение на сайте университета и социальных сетях вакансий, поступающих от работодателей, о стажировках и постоянном и временном трудоустройстве студентов и выпускников НГЛУ	ЦТКБ НГЛУ
<b>Проектный офис «Цифровое развитие»</b>			
84.	октябрь	Разработка и презентация программы и конкурса «Резиденты цифрового образования НГЛУ»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
85.	ноябрь	Школа цифрового наставничества (Цифровой тьютор НГЛУ)	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
86.	ноябрь	Студенческая школа цифрового проектирования «Lunn EdTech»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
87.	ноябрь	Отборочный этап конкурса студенческих проектов в сфере образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
88.	ноябрь	Совещания по вопросу реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных». Формирование проектной группы из числа цифровых резидентов, цифровых тьюторов, участников проекта «Учитель будущего» и студентов	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
89.	декабрь	Второй этап конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
90.	декабрь	Разработка и утверждение дорожной карты по реализации проекта «Управление траекториями развития	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации

		педагогов на основе больших данных»	университета, тьюторы проектного офиса
91.	январь	Презентация краудфайдинговой платформы НГЛУ «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
92.	январь	Заседание оргкомитета молодежного образовательного форума «Digital native»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
93.	январь	Сбор данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
94.	февраль	Третий этап конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» (оценка проектов на платформе и доработка)	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
95.	февраль	Заседание экспертной комиссии и определение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
96.	февраль	Формирование индивидуальных треков для победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
97.	февраль	Второе заседание оргкомитета молодежного образовательного форума «Digital native» - презентация программы, пула спикеров и волонтеров	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
98.	февраль	Проведение переговоров с партнерами молодежного образовательного форума «Digital native»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
99.	февраль	Сбор данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса

100.	март	Заседание экспертной комиссии и определение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
101.	март	Формирование индивидуальных треков для победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
102.	март	Продвижение молодежного образовательного форума «Digital native» в социальных сетях	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
103.	март	Обработка данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
104.	апрель	Сопровождение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» на этапе участия в студенческих, молодежных и грантовых конкурсах	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
105.	апрель	Проведение молодежного образовательного форума «Digital native»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
106.	апрель	Анализ данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
107.	май	Сопровождение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» на этапе участия в студенческих, молодежных и грантовых конкурсах	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
108.	май	Написание научных работ совместно со студентами на основании анализа данных в рамках реализации проекта «Управление траекториями развития	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса

		педагогов на основе больших данных» в рамках дорожной карты	
109.	июнь	Сопровождение победителей конкурса студенческих проектов в сфере цифрового образования «Dobrolubov» на этапе участия в студенческих, молодежных и грантовых конкурсах	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
110.	июнь	Продвижение проектной школы для абитуриентов «Digital native» в социальных сетях	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
111.	июнь	Представление научных и практических результатов реализации проекта «Управление траекториями развития педагогов на основе больших данных»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
112.	июнь	Формирование пула спикеров, модераторов и ответственных лиц проектной школы для абитуриентов «Z Future»	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
113.	июнь	Формирование и передача отчетных документов цифровых тьюторов	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
114.	июнь	Проверка и утверждение отчетных документов цифровых тьюторов	Научно-исследовательская лаборатория цифровой трансформации университета, тьюторы проектного офиса
<b>Проектные офисы «Наука и поддержка талантливой молодежи»</b>			
115.	октябрь-июнь (по особому графику)	Обучающий лекторий "Science Start"	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса
116.	октябрь-июнь	Проект «Научный четверг #LUNNScience»	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса
117.	еженедельно по запросу студентов	Консультирование онлайн #ScienceOnAir	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса

118.	по особому графику	Подготовка и участие студентов рабочей группы направления "Наука" в конкурсах по НИРС различного уровня	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса
119.	май-июль	Выездные интенсивы для членов проектных офисов в лагере «Лингвист»	Управление научно-исследовательской деятельности, тьюторы проектного офиса

## РЕЦЕНЗИЯ

**на основную профессиональную образовательную программу высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, реализуемую в Нижегородском государственном лингвистическом университете им. Н.А. Добролюбова**

Представленная к рецензированию основная профессиональная образовательная программа высшего образования (далее – ОПОП) по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, реализуемая в Нижегородском государственном лингвистическом университете им. Н.А. Добролюбова, представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова» (далее – НГЛУ) на основе Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 11 августа 2016 г. № 997, Федерального закона от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями 2020 года; Порядком организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 5 апреля 2017 г. № 301; Положением о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383, и приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 15 декабря 2017 г. № 1225 «О внесении изменений в Положение о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования, утвержденное приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 27 ноября 2015 г. № 1383»; Положением о практической подготовке обучающихся, утвержденное приказом Минобрнауки России и Минпросвещения России от 05.08.2020 №885/390; Порядком проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29 июня 2015 г. № 636; приказом Минобрнауки России от 9 февраля 2016 г. № 86 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 29 июня 2015 г. № 636», и приказом Минобрнауки от 28 апреля 2016 г. № 502 «О внесении изменений в Порядок проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования - программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры, утвержденный приказом Минобрнауки России от 29.06.2015 № 636»; Порядком применения организациями, осуществляющими образовательную деятельность, электронного обучения, дистанционных образовательных технологий при реализации образовательных программ (утвержден приказом Минобрнауки России от 9 января 2014 г. № 2); на основании Устава Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 14 декабря 2018 г. № 1166, с изменениями, утвержденными приказами Министерства образования и науки Российской Федерации от 16 октября 2019 г. № 1125 и от 31 декабря 2019 г. № 1508; локальных нормативно-правовых акты НГЛУ, касающихся организации образовательной деятельности; программы стратегического развития



Нижегородского государственного лингвистического университета им. Н.А. Добролюбова на период с 2020 г. по 2025 г. (утверждена на конференции работников НГЛУ 24 декабря 2019 г.); с учетом профессиональных стандартов, сопряженных с профессиональной деятельностью выпускников, и с учетом потребностей рынка труда.

Образовательная программа представляет собой комплекс основных характеристик образования, организационно-педагогических условий, отражает компетентностно-квалификационную характеристику выпускника, содержание и организацию образовательного процесса и государственной итоговой аттестации выпускников. ОПОП регламентирует цели, ожидаемые результаты обучения, условия и технологии реализации образовательного процесса и включает в себя: учебный план по направлению подготовки, рабочие программы дисциплин (модулей) и практик и другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Область профессиональной деятельности выпускника, освоившего ОПОП, включает:

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

Объектами профессиональной деятельности выпускника, освоивших ОПОП, являются:

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

Виды профессиональной деятельности, к которым готовится выпускник, освоивший ОПОП: организационно-управленческая; проектная; коммуникационная; рекламно-информационная; рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая; информационно-технологическая.

Объем ОПОП составляет 240 зачетных единиц вне зависимости от формы обучения. Величина зачетной единицы (1 з.е.), установленная НГЛУ, равна 27 астрономическим часам, или 36 академическим часам. Трудоемкость экзамена равна 1 з.е.

Обучение по программе бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, осуществляется в очной, очно-заочной и заочной формах.

Нормативный срок освоения ОПОП составляет в очной форме обучения 4 года, в очно-заочной и заочной формах обучения – 4,5 года.

Объем ОПОП бакалавриата составляет в очной форме обучения 60 з.е. за один учебный год, в очно-заочной и заочной формах обучения – не более 75 з.е. за один учебный год.

Содержание представленной к рецензированию программы соответствует законодательству РФ, отвечает характеристикам современного образования. В основной профессиональной образовательной программе корректно представлены характеристики квалификации и профиля обучения с достаточной степенью детализации.

Структура ОПОП, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) содержит следующие блоки: Блок 1 «Дисциплины (модули)», Блок 2 «Практики», Блок 3 «Государственная итоговая аттестация».

Обучающимся предоставлена возможность освоения дисциплин (модулей) по выбору в объеме не менее 30% вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Обучающимся предлагаются для изучения факультативные дисциплины, которые не включаются в объем программы бакалавриата.

Структура и содержание ОПОП, набор дисциплин (модулей) базовой части учебного плана соответствуют ФГОС ВО. Качество содержательной составляющей учебного плана не вызывает сомнений. Включенные в учебный план (в вариативную часть) дисциплины (модули) и практики раскрывают сущность актуальных на сегодняшний день вопросов теории и практики рекламной и PR-деятельности, массовой коммуникации и массовой информации, технологий рекламной и PR-коммуникации, медиапланирования, работы с текстами по связям с общественностью и рекламе в коммерческой сфере, технологии производства рекламного продукта в коммерческом секторе и др., способствуют профессиональному освоению направленности (профиля) программы.

Рабочие программы учебных дисциплин составляются на все дисциплины учебного плана, они обеспечивают качество подготовки обучающихся. В рабочей программе четко сформулированы конечные результаты обучения. Структура и содержание рабочих программ включают цель освоения дисциплины, место дисциплины в структуре ОПОП, компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) обучающегося, разделы дисциплины, темы лекций и вопросы, виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах), образовательные технологии, оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов, учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля), рекомендуемая литература и источники информации (основная и дополнительная), материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля).

Результаты освоения основной профессиональной образовательной программы определяются приобретаемыми обучающимися общекультурными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, т.е. их способностями применять знания, умения и личностные качества для решения задач профессиональной деятельности.

В учебном процессе рецензируемой ОПОП предполагается использование активных форм проведения занятий, включая дискуссии, деловые игры, разбор конкретных ситуаций и др. Дисциплины (модули) и практики учебного плана по рецензируемой ОПОП ВО формируют весь перечень общекультурных и общепрофессиональных компетенций, а также профессиональных компетенций в соответствии с выбранными видами профессиональной деятельности, с направленностью (профилем) подготовки. Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в ходе освоения ОПОП, соответствуют ФГОС.

Критерии и показатели оценивания компетенций обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения, уровня сформированности компетенций.

В числе конкретных преимуществ программы необходимо отметить, что к ее реализации привлекается опытный профессорско-преподавательский состав, а также специалисты-практики, которые обеспечивают проведение теоретических занятий на высоком профессиональном уровне, квалифицированно готовят обучающихся к прохождению практик и профессионально обеспечивают руководство во время прохождения практик, а также принимают участие в работе государственной экзаменационной комиссии.

К образовательному процессу привлекаются преподаватели из числа действующих руководителей и работников профильных организаций, предприятий и учреждений: учредитель ООО «Социо-Пеленг», агентство IT и интернет-контента; директор по рекламе, связям с общественностью и маркетингу ООО «СинтетикГрупп»; руководитель отдела рекламы и связей с общественностью ООО «Апостиль», агентство туризма и перевода; директор по развитию ООО «Туристический клуб «Все включено-НН», руководитель филиала Фонда развития гражданского общества (ФОРГО) в Нижнем Новгороде. Доля работников из числа руководителей и работников организаций, деятельность которых связана с направленностью (профилем) реализуемой программы бакалавриата, имеющих стаж работы в данной области не менее 3 лет, в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, составляет более 10%.

Оценка рабочих программ учебных дисциплин и практик позволяет сделать вывод об их высоком качестве и достаточном уровне методического обеспечения. Содержание дисциплин соответствует компетентностно-ориентированному учебному плану по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

Методическое обеспечение системы оценки качества освоения обучающимися ОПОП представлено фондами оценочных средств (для текущего контроля, промежуточной и итоговой аттестации), позволяющими оценивать степень сформированности компетенций у обучающихся по данной образовательной программе.

Фонды оценочных средств учебных дисциплин (модулей), практик и итоговой аттестации включают в себя: перечень компетенций, которыми должен овладеть обучающийся в результате освоения образовательной программы (дисциплины, практики); описание показателей и критериев оценивания компетенций, а также шкал оценивания; типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов освоения образовательной программы (дисциплины, практики); методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов освоения образовательной программы (дисциплины, практики).

Контрольные задания и иные материалы оценки результатов обучения ОПОП разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения и уровни сформированности компетенций.

Содержание оценочных материалов соответствует целям ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Разработанная выпускающей кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма НГЛУ ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, предусматривает профессионально-практическую подготовку обучающихся в виде: учебной, производственной и производственной (преддипломной) практик. Базами практики выступают органы государственной и муниципальной власти, крупнейшие производственно-промышленные предприятия региона, ведущие профильные агентства и СМИ Нижегородского региона и РФ, с которыми заключены договоры о сотрудничестве в области подготовки бакалавров и организации практик студентов.

Рецензируемая образовательная программа несет высокий уровень обеспеченности учебно-методической документацией и материалами, в электронно-информационной среде НГЛУ представлены программы всех заявленных дисциплин, практик и итоговой аттестации. Программа отличается высоким методическим уровнем и логикой изложения. Реализация программы будет способствовать решению важной задачи подготовки высококвалифицированных специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Таким образом, в целом рецензируемая основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки бакалавров 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, разработанная кафедрой рекламы, связей с общественностью и туризма НГЛУ, в полной мере отвечает основным требованиям ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью и способствует формированию общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций по направлению подготовки, соответствует требованиям профессионального сообщества и может быть рекомендована к реализации в НГЛУ.

Генеральный директор  
ООО «Эйс Таргет»



Розенбаум С. С.

## Экспертное заключение на оценочные материалы

программы бакалавриата Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Нижегородский государственный лингвистический университет им. Н.А. Добролюбова»

Оценочные материалы разработаны в соответствии с Положением о фондах оценочных средств по образовательным программам бакалавриата, специалитета, магистратуры НГЛУ, утвержденным приказом ректора НГЛУ им. Н.А. Добролюбова № 398 ОС/Д от 25.12.2020.

Перечень формируемых компетенций, которыми должны овладеть обучающиеся в ходе освоения ОПОП, соответствуют ФГОС.

Критерии и показатели оценивания компетенций, шкалы оценивания обеспечивают проведение всесторонней оценки результатов обучения, уровня сформированности компетенций.

Контрольные задания и материалы оценки результатов обучения ОПОП разработаны на основе принципов оценивания: валидности, определенности, однозначности, надежности; соответствуют требованиям к составу и взаимосвязи оценочных средств и позволяют объективно оценить результаты обучения и уровни сформированности компетенций.

Объем оценочных материалов соответствует учебному плану направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

Содержание оценочных материалов соответствует целям ОПОП по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере, будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Качество оценочных материалов обеспечивает объективность и достоверность результатов при проведении оценивания результатов обучения.

Зав. кафедрой «Связи с общественностью,  
маркетинг и коммуникации»  
Нижегородского государственного  
технического университета им. Р.Е. Алексева



Е.А. Зайцева