

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Иностранный язык»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 1-го года обучения.

Дисциплина «Иностранный язык» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Блоггинг», «Продвижение в новых медиа». Программа курса ориентирована на практическую подготовку овладение английским языком на уровне, достаточном для его использования в ситуациях профессионально-делового и социокультурного общения с представителями других культур.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). Программа выстроена на практических занятиях, ориентированных на практическую подготовку магистрантов к социально-бытовой и деловой коммуникации в международной профессиональной сфере, ознакомление с терминологией в сфере рекламы, связей с общественностью и новых медиа. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Цель освоения дисциплины (модуля) «Иностранный язык» - формирование у будущих магистров базовых языковых компетенций, достаточных для письменной и устной коммуникации на иностранном языке и последующего их применения при усвоении материала дисциплины «Иностранный язык для профессионального общения».

Задачи дисциплины:

- формирование лексико-грамматических навыков и развитие коммуникативных умений во всех видах речевой деятельности (говорении, аудировании, чтении и письме);
- знакомство с базовым профессиональным вокабуляром и профессиональным контекстом на иностранном языке.
- развитие активной познавательной деятельности студентов, мотивации к изучению иностранного языка и умения удовлетворять с его помощью познавательные интересы в других областях знаний;
- развитие умений использовать и обрабатывать в соответствии с поставленной целью различную информацию на иностранном языке.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления профессионального общения в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов: «Иностранный язык профессионального общения (углубленный курс)», «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа», «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития», «Блоггинг», «Продвижение в новых медиа».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);

- способность воспринимать различия этнических особенностей, традиций и культур, самостоятельно работать в кросс-культурном пространстве и на международном уровне (ОК-6);
- владеть корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- владеть методами делового общения в интернациональной среде, способность использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формой текущего контроля являются тестирование, письменный и устный перевод, выступление с докладом и электронной презентацией, диктант, устный опрос, письменная контрольная работа. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Методологические проблемы современной науки»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Методологические проблемы современной науки» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе». Программа курса ориентирована на формирование представлений о сущности современной науки и ее роли в обществе, в целом, и социально-гуманитарного знания, в частности; понимание принципов, методов и форм научного познания.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами.

Основной **целью** дисциплины «Методологические проблемы современной науки» является формирование у будущих магистров комплекса соответствующих компетенций и знаний в области философских и методологических проблем современной социально-гуманитарной науки.

Задачи дисциплины:

- сформировать у магистрантов знания понятийного аппарата методологии социально-гуманитарных наук как области современного философско-научного знания;
- обучить пониманию внутренней логики наиболее крупных методологических программ, их эволюции от классической к неклассической форме развития, условий их эвристичности, границ их исследовательских возможностей;
- сформировать умение интерпретировать и представлять результаты научных исследований, обосновывать научные гипотезы;
- развить навыки постановки и решения дискуссионных методологических проблем социально-гуманитарных наук, самостоятельного обучения новым методам исследования и их использования в практической деятельности.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской и педагогической в сфере профессиональных социальных коммуникаций; для освоения курсов: «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа», проведения научно-исследовательской работы, прохождения научно-педагогической, производственной, преддипломной практик, государственной итоговой аттестации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);

- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);

- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: опрос, защита реферата с электронной презентацией, выступление с докладом и его электронной презентацией, рефлексивный семинар, участие в дискуссии. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Основы теории социальных коммуникаций»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Основы теории социальных коммуникаций» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе». Программа курса ориентирована на ознакомление с семиотическим научным направлением, изучение теоретико-методологических вопросов управления коммуникациями социального субъекта с общественностью (в том числе электронной).

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Основной **целью** дисциплины является формирование целостной системы представлений о принципах социальных коммуникаций как основы деятельности в области рекламы и связей с общественностью, их предмете, базовых процессов и технологий в системе новых медиа, сферах вовлеченности субъектов данных деятельностей, их функциях.

Задачи дисциплины:

- ознакомление обучающихся с основными концепциями трактовки феноменов духовной сферы общества «реклама» и «публик рилейшнз», как составных частей сферы социальных коммуникаций, тенденциями становления и развития мировой рекламной и PR-индустрии;
- формирование представлений об условиях, принципах эффективного функционирования новых медиа;
- развитие умения анализировать функции, задачи применения рекламы и связей с общественностью в сфере социальных коммуникаций, включая контроль и корректировку всех форм коммуникационной деятельности;
- способствование развитию умения продуцировать идеи, осуществлять аналитико-прогностическую деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью, включая деятельность в условиях отсутствия доступа ко всей необходимой информации;
- формирование реалистичного представления магистрантов о своей профессиональной роли в процессе рекламной и PR-деятельности, умения защищать свои права, способности нести персональную ответственность за полученные результаты.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой, научно-исследовательской и педагогической деятельности; для освоения курсов «Правовое регулирование новых медиа», «Блоггинг», «Продвижение в новых медиа», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», прохождения научно-педагогической практики и осуществления научно-исследовательской работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);
- способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);
- способность оценивать затраты и результаты деятельности организации (ПК-8);

- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Основы научных исследований в профессиональной сфере»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Основы научных исследований в профессиональной сфере» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Методологические проблемы современной науки», «Основы теории социальных коммуникаций», «Продвижение в новых медиа», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Политический PR в новых медиа», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе», «Блоггинг». Программа курса ориентирована на понимание содержания научного творчества, его принципов, технологий, методов и приемов, развитие научного социально-гуманитарного типа мышления.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel).

Основной **целью** дисциплины «Основы научных исследований в профессиональной сфере» является формирование научной картины мира в эпоху сетевого информационно-коммуникативного общества, развитие комплекса ключевых компетенций, необходимых в профессиональной деятельности для организации и проведения научных исследований по проблематике социальных коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью и новых медиа.

Задачи дисциплины «Основы научных исследований в профессиональной сфере»:

- сформировать у магистрантов знания соответствующей терминологии из области научного социально-гуманитарного знания, теории социальной коммуникации, теории рекламы и связей с общественностью, новых медиа;
- обучить умению осуществлять научные исследования академического и проектного типов;
- развить навыки ведения научной работы и представления результатов научного исследования с целью успешной подготовки магистерской диссертации и научных публикаций по итогам самостоятельного исследования.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской, проектной и педагогической деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курса «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа», осуществления научно-исследовательской деятельности, прохождения научно-педагогической, научно-производственной практики: профильный проект, преддипломной практики, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);

- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);
- способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов из реализации, контроля и корректировки (ПК-15);
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменная работа по теме «Специфика PR и рекламы как объектов научного исследования», составление и анализ банка данных научных публикаций по теме исследования, описание методологического комплекса исследования, защита реферата с электронной презентацией, защита научного проекта (введения к магистерской диссертации), научные дебаты в рамках защиты магистерской диссертации. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 1-го года обучения.

Дисциплина «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Основы теории социальных коммуникаций», «Коммуникационный менеджмент», «Правовое регулирование новых медиа», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Цифровой имидж (onp- и off-line)», «Имиджевые Интернет-технологии».

Программа курса ориентирована на изучение магистрантами основ стратегического планирования профессиональной on- и off-line деятельности в области рекламы и связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel), частично на платформе дистанционного обучения «Электронный университет- Moodle».

Целью освоения дисциплины «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью» является формирование у магистрантов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» комплекса компетенций, необходимых для разработки и управления on- и off-line проектами в области профессиональной деятельности, в том числе в кризисных ситуациях.

Задачи курса:

- выявление и анализ основных подходов к определению, типологии, структуре, оценке эффективности различных форм профессиональной on- и off-line деятельности в области рекламы и связей с общественностью для организаций и предприятий государственной, коммерческой и некоммерческой сфер жизнедеятельности общества, в том числе нацеленных на формирование развитой корпоративной культуры организации;

- получение обучающимися набора практических навыков в области организации и проведения маркетинговых, социологических исследований, с последующим использованием полученных результатов в стратегическом планировании в рамках основной формы профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью – коммуникационной кампании, а также умений корректировки и контроля за ее реализацией; осуществлению консалтинговой деятельности по всем вышеперечисленным вопросам;

- ознакомление магистрантов со спецификой рекламных и PR технологий; приемов и методов разработки планов, программ, технико-экономических обоснований инновационных, коммуникационных проектов, используемых при реализации профессиональной деятельности в системе новых медиа с обязательным осознанием социальной ответственности за результаты своей деятельности.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой, коммуникационной, проектной, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности в сфере рекламы, связей с общественностью и новых медиа.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

- способность осуществлять корректировку и контроль коммуникационных программ и мероприятий (ПК-2);
- способность работать с персоналом, оценивать производительность и качество его труда, устранять конфликты, обеспечивать сплоченность коллектива, толерантность (ПК-5);
- способность разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов (ПК-11);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);
- способность использовать элементы экономического анализа в практической деятельности и разрабатывать технико-экономические обоснования проектов (ПК-16);
- способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18);
- способность осуществлять консультирование по всем рыночным и социальным исследованиям, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 1-го года обучения.

Дисциплина «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Программа курса ориентирована на изучение магистрантами российского и зарубежного опыта к управлению агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации в эпоху современного информационно-коммуникативного общества.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel, одноименного электронно-учебного курса на платформе MOODLE).

Целью освоения дисциплины «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации» является формирование у будущих магистров ключевых компетенций, необходимых для создания и управления агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации в условиях рыночного информационно-коммуникативного общества.

Задачи:

- изучение базовых основ, перспективных теорий и приемов менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга для создания и управления агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации;
- знакомство с различными подходами к управлению коллективом агентства рекламы и связей с общественностью и службы рекламы и связей с общественностью в организации;
- получение компетенций в использовании инструментов по управлению агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации.
- изучение принципов формирования показателей KPI агентства рекламы и связей с общественностью и службы рекламы и связей с общественностью в организации.
- освоение навыков разработки стратегии коммуникационных программ и мероприятий.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и коммуникационной деятельности в сфере рекламы, связей с общественностью и новых медиа.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1);
- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность управлять деятельностью коллектива, планировать его работу, обеспечивать её эффективность (ПК-4);
- способность самостоятельно принимать управленческие решения и нести за них ответственность (ПК-6);
- способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формы текущего контроля представлены в ЭУК. Практика и контроль знаний включает интерактивные элементы системы MOODLE: задание. Взаимодействие с обучающимися осуществляется при помощи интерактивных элементов: обратная связь используется для закрепления лекционного материала, форум – для обсуждения кейсов, чат используется для ответов на вопросы студентов. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ
учебной дисциплины
«Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такой дисциплиной ООП, как «Психология визуальной коммуникации в Интернет». Программа курса ориентирована на развитие способности магистрантов к анализу знаково-коммуникативного потенциала социокультурных явлений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах» является формирование ключевых компетенций магистрантов, необходимых для использования универсальных «семиотических» технологий (технологий работы со знаковыми системами) в новомедийных рекламных и PR-коммуникациях в различных сферах жизнедеятельности общества.

Задачи курса:

- дать представление о теоретических основах и понятиях семиотики как междисциплинарного знания;
- сформировать готовность к стратегическому планированию мероприятий и написанию текстов в рамках коммуникационных кампаний с учетом «семиотического» аспекта рекламных и PR-коммуникаций;
- развить навыки концептуализации, анализа и творческого моделирования семиозиса в рекламных и PR-коммуникациях на основе знаковых систем различного типа (в том числе, знаковых систем современной цифровой культуры).

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой, проектной, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов: «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития», «Политический PR в новых медиа», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Коммуникационный менеджмент», «Цифровой имидж (onp- и off-line)», «Имиджевые Интернет-технологии», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», для прохождения научно-педагогической, производственной, преддипломной практики, научно-производственной практики: профильного проекта.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);
- способность руководить подготовкой и проведение количественных и качественных исследований (ПК-17).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменный аналитический обзор научных источников по семиотическим исследованиям с указанием прикладного значения изложенных в них идей в сфере рекламы и связей с общественностью, семиотический анализ рекламных материалов по одной из предложенных моделей с электронной презентацией, семиотический анализ PR-материалов с электронной презентацией, творческая групповая работа на занятии «Знаково-коммуникативный потенциал языков культуры». Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ
учебной дисциплины
«Иностранный язык профессионального общения (углубленный курс)»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 1-го года обучения и 1-й семестр 2-го года обучения.

Дисциплина «Иностранный язык» входит в базовую часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа», «Блоггинг», «Продвижение в новых медиа», «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития». Программа курса ориентирована на овладение английским языком на высоком уровне, достаточном для использования иностранного языка в профессиональной и научной деятельности и участия в ситуациях профессионально-делового и социокультурного общения с представителями других культур.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 7 зачетных единиц (252 часа). Программа выстроена на практических занятиях, ориентированных на развитие способности к самообразованию, развитию информационной культуры, воспитанию толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Цель освоения дисциплины «Иностранный язык профессионального общения (углубленный курс)» - формирование ключевых языковых компетенций будущих магистров, необходимых для письменной и устной коммуникации на иностранном языке в межличностной, политической, культурной, экономической, социальной, образовательной и научной сферах; использования различных иностранных Интернет-ресурсов с целью получения самой актуальной и передовой информации в области рекламы, связей с общественностью и новых медиа.

Задачами дисциплины (модуля) являются:

- знакомство с профессиональным вокабуляром;
- обзор теоретических основ направления «Реклама и связи с общественностью» на иностранном (английском) языке;
- практическое использование полученных навыков для создания рекламных и PR-проектов на иностранном (английском) языке;
- вовлечение магистрантов в активную коммуникацию на иностранном (английском) языке в Интернет-пространстве.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления профессионального общения в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курса «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- способность свободно пользоваться иностранными языками как средством делового общения (ОК-5);
- владеть корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);

- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- владеть методами делового общения в интернациональной среде, способность использовать особенности местной деловой культуры зарубежных стран (ОПК-6).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формами текущего контроля являются письменная работа - перевод, выступление с докладом и электронной презентацией, диктант, устный опрос, письменная контрольная работа. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Формы промежуточной аттестации: зачет, экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Коммуникационный менеджмент»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Коммуникационный менеджмент» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью в организации», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Правовое регулирование новых медиа», «Цифровой имидж (on- и off-line)», «Имиджевые Интернет-технологии», производственной практикой.

Программа курса ориентирована на осмысление коммуникационного менеджмента как одного из базовых типов управления в современном информационно-коммуникативном обществе.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины «Коммуникационный менеджмент» является формирование у будущих магистров комплекса соответствующих компетенций в сфере коммуникационного менеджмента, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, реализуемых посредством новых медиа.

Задачи курса:

- актуализация уже имеющихся знаний по общему менеджменту, а также теории и практике социальных коммуникаций;
- изучение теоретического материала о новых медиа как коммуникационной среде и инструментарии современного (неклассического и постнеклассического) коммуникационного менеджмента.;
- практическое освоение коммуникационных инструментов и коммуникативных технологий, позволяющих успешно решать управленческие и организационные задачи в сфере рекламы и связей с общественностью в системе новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и коммуникационной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов: «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменная работа «Анализ кейс-стади» по использованию платформ социальных медиа для организации внутрикорпоративных и рекрутинговых коммуникаций, защита проектной разработки проведения коммуникационного аудита в компании, предприятии, организации, защита мини-реферата с электронной презентацией по теме «Коммуникация как инструмент формирования корпоративной культуры: доцифровые и цифровые подходы», письменная работа «Анализ кейс-стади», характеризующей проведение корпоративных праздников как репрезентацию корпоративной культуры компании, предприятия, организации, семинар-дискуссия «Новые медиа как инструмент неклассического коммуникационного менеджмента», защита проекта по разработке стратегии коммуникационного менеджмента для компании, предприятия, организации. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Правовое регулирование новых медиа»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 2-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Правовое регулирование новых медиа» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Основы теории социальных коммуникаций», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Цифровой имидж (onn- и off-line)», «Имиджевые Интернет-технологии». Программа курса ориентирована на подготовку магистров, имеющих фундаментальное профессиональное образование и навыки применения полученных теоретических знаний в практической работе по рекламе и связям с общественностью.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины «Правовое регулирование новых медиа» является формирование у магистрантов комплекса соответствующих компетенций в сфере правового регулирования «новых медиа», необходимых для осуществления эффективной профессиональной деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

Задачи курса:

- изучение магистрантами основ правового регулирования новых медиа, норм российского и международного права в сфере рекламы и связей с общественностью в системе новых медиа;
- подготовка их к соблюдению и практическому применению норм законодательства РФ и международного права в сфере рекламы и связей с общественностью в системе новых медиа;
- выработка навыков к разрешению правовых ситуаций в области рекламы и связей с общественностью в системе новых медиа, с соблюдением прав и законных интересов граждан и организаций, интересов общества и государства.
- подготовка к решению правовых задач в процессе организации направлений профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью в системе новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления коммуникационной, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8);

- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);
- способность осуществлять консультирование по вопросам рыночных и социальных исследований, планирования и организации кампаний и мероприятий в области рекламы и связей с общественностью, управления деятельностью в сфере профессиональных компетенций (ПК-19).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменная работа, доклады с электронной презентацией, текущий опрос. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 2-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Блоггинг», «Продвижение в новых медиа», «Методологические проблемы современной науки», «Основы научных исследований в профессиональной сфере». Программа курса ориентирована на развитие компетенций будущих магистров, связанных с анализом и продуцированием медиатекста.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа» является формирование у магистрантов направления подготовки «Реклама и связи с общественностью» целостной и взаимосвязанной системы представлений о тексте как коммуникативной единице и инструменте новых медиа.

Задачи курса:

- ознакомление магистрантов с базовыми характеристиками текста в системе новых медиа;
- изучение текстообразующих коммуникативных стратегий медиадискурса;
- рассмотрение жанровой и дискурсивной специфики PR-текстов и рекламных текстов, распространяемых посредством новых медиа;
- содействие освоению будущими магистрами общетеоретических вопросов создания PR-текстов и рекламных текстов для новых медиа, ознакомление с особенностями функционирования PR-текстов и рекламных текстов в системе новых медиа;
- применение и интерпретация результатов научных исследований при проведении анализа медийного текста и написании научно-исследовательской работы;
- освоение обучающимися навыков написания рекламных, PR-текстов для новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской и педагогической деятельности; для освоения курса «Иностранный язык профессионального общения (углубленный курс)», для проведения научно-исследовательской работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

- владеть корректной устной и письменной речью в рамках профессиональной тематики на русском и иностранных языках (ОПК-3);
- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);

- способность интерпретировать и представлять результаты научных исследований, составлять практические рекомендации на их основе, выдвигать принципиально новые гипотезы, прогнозировать тенденции (ПК-25);
- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменная работа, анализ предложенных текстов разных жанровых и дискурсивных форм, проектная работа, написание эссе, семинар-дискуссия. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Психология визуальной коммуникации в Интернет»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Психология визуальной коммуникации в Интернет» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе». Программа курса ориентирована на осмысление магистрантами сущности коммуникативного дизайна как феномена культуры постиндустриального общества, понимание роли социальных коммуникаций в Интернет.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel).

Основной **целью** дисциплины «Психология визуальной коммуникации в Интернет» является формирование у будущих магистров комплекса ключевых компетенций, необходимых им для анализа и конструирования различных видов визуальной коммуникации в Интернет.

Задачи дисциплины:

- сформировать у магистрантов знания терминологии из области психологии, теории и практики социальных коммуникаций, электронных медиа, теории изобразительного искусства; основных законов психологии восприятия зрительных образов (цвета, формы, фона и др.);
- обучить умению анализа визуальных коммуникаций различного типа в Интернет, анализа сайтов с точки зрения их визуального воздействия на целевые аудитории;
- развить навыки разработки стратегий эффективных визуальных коммуникаций в Интернет; реализации таких стратегий в будущей профессиональной рекламной и PR-деятельности.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой, коммуникационной, научно-исследовательской и педагогической деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Цифровой имидж (onn- и off-line)», «Имиджевые Интернет-технологии», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связей с общественностью», «Коммуникационный менеджмент», «Правовое регулирование новых медиа».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции:**

- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменная работа, семинар «анализ кейс-стади», защита реферата-эссе с электронной презентацией, защита проекта создания визуальной концепции бренда с электронной презентацией. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ
учебной дисциплины
«Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Политический PR в новых медиа». Программа курса ориентирована на формирование знаний о принципах и методах коммуникационной поддержки процесса взаимодействия организаций с целевыми группами электронной общественности в кризисных ситуациях с использованием потенциала новых медиа, а также на развитие навыков использования релевантных задачам антикризисных PR-коммуникаций технологий и методов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Moodle, Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины (модуля) «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа» является формирование ключевых компетенций магистра, необходимых для осуществления эффективной коммуникации базисного субъекта PR (организации, персоны) с электронной общественностью посредством новых медиа в кризисный период и посткризисной ситуации, а также во избежание кризиса.

Задачи курса:

- знакомство слушателей с соответствующей научной и практической терминологией из области социальных коммуникаций, в частности, кризисных коммуникаций;
- освоение методов диагностики рисков и кризисов, в том числе, в сети Интернет;
- понимание основных этических и методических принципов коммуникации с электронной общественностью в кризисной ситуации;
- содействие в освоении навыков работы с Интернет-ресурсами в процессе взаимодействия с электронной общественностью с целью профилактики, прогнозирования, развития или минимизации ущерба кризиса;
- овладение навыками коммуникативного воздействия на электронную общественность в условиях кризиса с учетом когнитивно-эмоциональных особенностей восприятия информации людьми в экстремальной ситуации, а также особенностей Интернет-коммуникации;
- освоение навыков подготовки, стратегического планирования, реализации и оценки эффективности программ кризисных коммуникаций в Интернет с использованием инструментария новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой, коммуникационной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов: «Психологический тренинг

влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг, прохождения научно-производственной практики: профильный проект.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- способность разрабатывать эффективную стратегию и формировать политику риск-менеджмента на предприятии, оперативно принимать решения в кризисных ситуациях (ПК-7);
- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: анализ кейсов, семинар-дискуссия, разработка учебного кейса, групповая игра, моделирующая проблемную ситуацию, защита мини-проекта с электронной презентацией. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр 1-го года обучения.

Дисциплина «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Коммуникационный менеджмент», «Цифровой имидж (onp- и off-line)», «Имиджевые Интернет-технологии», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Правовое регулирование новых медиа», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», производственной практикой.

Программа курса ориентирована на дополнительную систематизацию экономических и социологических, информационно-коммуникационных знаний магистрантов, необходимых для успешного комплексного продвижения в сети Интернет и интеграции основных маркетинговых инструментов.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (интернет-ресурсы и сервисы, компьютерные программы).

Целью освоения дисциплины «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет» является формирование у магистрантов ключевых компетенций по интеграции комплекса маркетинговых коммуникаций, используемого в сети Интернет. Курс направлен на выработку у слушателей навыков эффективного использования возможностей маркетинговых коммуникаций в сети Интернет в деятельности по продвижению, а также формированию эффективных брендов в коммуникационном пространстве сети Интернет.

Задачи:

- формирование знаний о видах и инструментах маркетинговых коммуникаций в сети Интернет;
- содействие знанию интегрированного подхода к осуществлению маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, освоению соответствующего научно-категориального аппарата и терминологии из области социальных коммуникаций, маркетинговых коммуникаций, ИМК и Интернет;
- формирование умения использовать маркетинговые технологии исследования, планирования и определения критериев оценки эффективности при разработке и реализации ИМК-стратегии в сети Интернет;
- развитие навыков разработки и проведения интегрированных рекламных кампаний организации в сети Интернет и осуществления маркетинговых коммуникаций в социальных сетях.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и коммуникационной деятельности; для прохождения преддипломной и производственной практик, государственной итоговой аттестации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формой текущего контроля являются письменная работа «Анализ кейс-стади», проектная разработка проведения маркетингового онлайн-исследования, защита реферата-эссе, защита учебного проекта (разработка программы осуществления ИМК в Интернет с использованием новых медиа).

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа», «Психологический тренинг личностного роста и развития», научно-производственной практикой: профильный проект. Программа курса ориентирована на освоение магистрантами теоретических и практических оснований психологии влияния и противостояния влиянию.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу (36 часов). Курс построен в форме практических занятий.

Целью освоения дисциплины «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию» является формирование у будущих магистров комплекса соответствующих компетенций в сфере практической психологии, необходимых для успешного осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, реализуемых посредством новых медиа.

Задачи курса:

- актуализация уже имеющихся знаний по социальной психологии, основам конфликтологии и деловому общению;
- овладение новым теоретическим материалом в области психологии влияния;
- практическое освоение методов, технологий и средств конструктивного влияния и противостояния влиянию, позволяющих успешно решать профессиональные задачи в сфере рекламы и связей с общественностью в системе новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осмысления психологического аспекта профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для успешного прохождения научно-педагогической практики и научно-производственной практики: профильный проект.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: защита реферата с электронной презентацией и подготовка эссе. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Психологический тренинг личностного роста и развития»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Психологический тренинг личностного роста и развития» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа», «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», научно-производственной практикой: профильный проект. Программа курса ориентирована на освоение магистрантами теоретических и практических оснований психологии влияния и противостояния влиянию.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу (36 часов). Курс построен в форме практических занятий.

Целью освоения дисциплины (модуля) «Психологический тренинг личностного роста и развития» является формирование у будущих магистров комплекса компетенций, необходимых им для личностного роста и развития в различных областях жизнедеятельности.

Задачи курса:

- актуализация уже имеющихся знаний по психологии личности и социальной психологии;
- овладение новым теоретическим материалом в области психологии личности;
- освоение понятий, процедур и правил работы тренинговой группы личностного роста и развития;
- приобретение опыта работы в тренинговой группе;
- практическое освоение психологических методов и методик, способствующих возникновению качественных изменений личности, позволяющих успешно решать задачи в различных областях жизнедеятельности.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осмысления психологического аспекта профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для успешного прохождения научно-педагогической практики и научно-производственной практики: профильный проект.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);
- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: защита реферата с электронной презентацией и подготовка эссе. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Методика преподавания коммуникативных дисциплин»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Методика преподавания коммуникативных дисциплин» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Методика преподавания дисциплин в высшей школе», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Организация коммуникативного пространства НИР студентов современного университета». Программа курса ориентирована на осмысление основ теории и практики коммуникационной деятельности, в т.ч. преподавания в высшей школе в рамках различных социально-гуманитарных направлений.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу (36 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины «Методика преподавания коммуникативных дисциплин» является формирование у магистрантов базовых компетенций, необходимых для успешного преподавания учебных курсов коммуникативного цикла для студентов первой ступени высшего профессионального образования (бакалавров), обучающихся по различным социально-гуманитарным направлениям.

Задачи курса:

- изучение основных принципов и форм реализации системы высшего профессионального образования РФ;
- подготовка магистрантов к проектированию, реализации и совершенствованию процесса обучения коммуникативным дисциплинам в рамках различных социально-гуманитарных направлений высшего профессионального образования;
- формирование у магистрантов умений, необходимых для организации образовательного пространства различных типов и, в том числе, с использованием новых медиа;
- освоение современных образовательных технологий и методик, в том числе ИКТ, используемых для проектирования образовательной среды для решения концептуальных и прикладных задач в широком или междисциплинарном контексте.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской и педагогической профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов «Методологические проблемы современной науки», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Основы теории социальных коммуникаций», прохождения научно-педагогической, преддипломной, производственной практик, осуществления научно-исследовательской работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: создание и презентация общетеоретической, методической и технологической разработки учебного занятия. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Методика преподавания дисциплин в высшей школе»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Методика преподавания дисциплин в высшей школе» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Организация коммуникативного пространства НИР студентов современного университета». Программа курса ориентирована на осмысление системы педагогического проектирования учебных дисциплин в высшей школе.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу (36 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Целью освоения дисциплины «Методика преподавания дисциплин в высшей школе» является формирование у магистрантов базовых компетенций, необходимых для успешного преподавания учебных курсов коммуникативного цикла для студентов первой ступени высшего профессионального образования (бакалавров), обучающихся по различным социально-гуманитарным направлениям.

Задачи курса:

- изучение основных принципов и форм реализации системы высшего профессионального образования РФ;
- подготовка магистрантов к проектированию, реализации и совершенствованию процесса обучения коммуникативным дисциплинам в рамках различных социально-гуманитарных направлений высшего профессионального образования;
- формирование у магистрантов умений, необходимых для организации образовательного пространства различных типов и, в том числе, с использованием новых медиа;
- освоение современных образовательных технологий и методик, в том числе ИКТ, используемых для проектирования образовательной среды для решения концептуальных и прикладных задач в широком или междисциплинарном контексте.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской и педагогической профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов «Методологические проблемы современной науки», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Основы теории социальных коммуникаций», прохождения научно-педагогической, преддипломной, производственной практик, осуществления научно-исследовательской работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: создание и презентация общетеоретической, методической и технологической разработки учебного занятия. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Организация коммуникативного пространства НИР студентов современного университета»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Организация коммуникативного пространства НИР студентов современного университета» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе», «Психология визуальной коммуникации в Интернет». Программа курса ориентирована на повышение мотивации студента к научно-исследовательской деятельности и овладение информационно-коммуникативными технологиями и методиками повышения эффективности НИР.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу (36 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint).

Основной **целью** дисциплины является формирование представлений и мотивации к использованию информационно-коммуникативных технологиях, повышающих эффективность и символическую стоимость научно-исследовательской работы студента.

Задачи дисциплины:

1. Познакомить слушателей с современными научно-исследовательскими трендами и технологиями повышения символической стоимости НИР;
2. Сформировать готовность к использованию в НИР наиболее актуальных и эффективных информационно-коммуникативных технологий;
3. Развить навыки владения информационно-коммуникативными технологиями в целях продвижения своей НИР.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской и педагогической деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов: «Методологические проблемы современной науки», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Основы теории социальных коммуникаций»; для прохождения научно-педагогической, преддипломной, производственной практики, выполнения научно-исследовательской работы.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые профессиональные компетенции**:

- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в

течение семестра. К формам текущего контроля относятся практические задания: «Поиск подходящей площадки для реализации НИР по специальности студента (конференции, конкурсы)», «Написание тезисов», «Разработка идеи междисциплинарного исследовательского проекта» (групповое задание), «Разработка индивидуальной карты габитарного имиджа ученого», «Подготовка презентации в Prezi.com», «Поиск релевантного задачам продвижения НИР студента сетевого научного сообщества и регистрация в нем», подготовка аналитического отчета «Мой личный кабинет». Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: зачет.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Имиджевые Интернет-технологии»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Имиджевые Интернет-технологии» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Цифровой имидж (onp- и off-line)», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах».

Программа курса ориентирована на осмысление цифровых технологий как ресурсов формирования и создания и поддержания имиджа государственных, бизнес-структур, политических и некоммерческих организаций, а также их лидеров в сознании реальных и потенциальных целевых аудиторий «внешней» и «внутренней» общественности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint), используется электронный учебно-методический комплекс URL: <http://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=2456>.

Целью освоения дисциплины «Имиджевые Интернет-технологии» является формирование знаний, умений и навыков создания и продвижения имиджа социального субъекта / объекта (коллективного или индивидуального) с помощью сетевых цифровых технологий.

Задачи:

- изучение базовых понятий имиджелогии и основных этапов её развития как научного знания;
- знакомство с различными подходами к определению понятия «цифровой имидж», а также сущности, типологизации, структуре, функциям и режимам функционирования данного социокультурного явления;
- анализ Интернет-сайта как имиджевой интернет-технологии;
- изучение различных инструментов имиджевых технологий в режиме off-line;
- понимание психологических особенностей восприятия цифрового имиджа целевыми аудиториями в режимах on- и off-line;
- освоение навыков применения имиджевых интернет-технологий для создания эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и коммуникационной профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов: «Коммуникационный менеджмент», «Правовое регулирование новых медиа», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);

- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменная работа «Анализ кейс-стади» по внеценовой конкуренции в информационно-коммуникативном обществе; защита мини-реферата с электронной презентацией по теме «Интернет-сайт как комплексный цифровой имидж» субъекта / объекта; семинар-дискуссия «Межкультурные аспекты имиджевой коммуникации», защита проекта по разработке стратегии комплексного цифрового имиджа с электронной презентацией.

Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Цифровой имидж (onp- и off-line)»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Цифровой имидж (onp- и off-line)» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Имиджевые интернет-технологии», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах».

Программа курса ориентирована на осмысление особенностей имиджевой конкуренции в информационно-коммуникативном обществе.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint), используется электронный учебно-методический комплекс URL: <http://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=2456>.

Целью освоения дисциплины «Цифровой имидж (onp- и off-line)» является формирование у будущих магистров ключевых компетенций, необходимых для создания и продвижения цифрового имиджа социального субъекта / объекта (коллективного или индивидуального) как в реальной, так и в виртуальной (электронной) коммуникативной среде как важнейшего средства поддержания конкурентоспособности данного субъекта / объекта в условиях рыночного информационно-коммуникативного общества.

Задачи:

- изучение базовых понятий имиджелогии и основных этапов её развития как научного знания;
- знакомство с различными подходами к определению понятия «цифровой имидж», а также сущности, типологизации, структуре, функциям и режимам функционирования данного социокультурного явления;
- анализ Интернет-сайта как комплексного цифрового имиджа базового субъекта, функционирующего в режиме on-line;
- изучение различных носителей цифрового имиджа в режиме off-line;
- понимание психологических особенностей восприятия цифрового имиджа целевыми аудиториями в режимах on- и off-line;
- освоение навыков разработки коммуникационных кампаний и мероприятий по созданию эффективной коммуникационной инфраструктуры организации.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и коммуникационной профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов: «Коммуникационный менеджмент», «Правовое регулирование новых медиа», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции:**

- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);

- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность руководить созданием эффективной коммуникационной инфраструктуры организации (ПК-13).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: разработка плана мониторинга сайта, представление в форме презентации результатов мониторинга сайта, разработка памяток профессионала, разработка четырехтактной концепции управления имиджем с помощью блога, мобильных приложений, рассылки и социальных сетей, разработка показателей оценки влияния имиджа на целевую аудиторию, проведение мониторинга влияния имиджа на целевую аудиторию по обозначенным показателям, выявление приемов воздействия на целевую аудиторию, разработка и презентация проекта стратегии комплексного цифрового имиджа базового субъекта.

Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Технологии управления общественным мнением в новых медиа»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Технологии управления общественным мнением в новых медиа» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Политический PR в новых медиа», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах». Программа курса ориентирована на изучение магистрантами технологии формирования и управления коллективного оценочного суждения, которое проявляет себя не только offline, но и online.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint), используется электронный учебно-методический комплекс «Управление Интернет-проектами» (<http://edu.tsu.ru/eor/resource/594/tpl/index.html>).

Основной **целью** дисциплины «Технологии управления общественным мнением в новых медиа» является формирование у магистрантов комплекса коммуникационных, проектных и исследовательских компетенций, необходимых им для успешного осуществления профессиональной деятельности в сфере управления общественным мнением в новых медиа.

Задачи:

- формирование у обучающихся теоретических и прикладных знаний об общественном мнении как сложном многосоставном социальном институте, функционирующем в системе новых медиа;
- развитие профессионального методологического мышления, опирающегося на коммуникативный, социально-философский, социологический и иные подходы при исследовании и управлении общественным мнением в новых медиа;
- практическое освоение коммуникационных инструментов, проектной и исследовательской технологий, направленных на подготовку и реализацию коммуникационных кампаний и мероприятий в новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления коммуникационной, проектной, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», прохождения преддипломной и научно-производственной практики: профильный проект, государственной итоговой аттестации.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);

- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);

- способность руководить подготовкой и проведение количественных и качественных исследований (ПК-17).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: письменный аналитический обзор научных источников по актуальной проблематике общественного мнения в новых медиа электронной презентацией, защита мини-реферата с электронной презентацией, письменная работа «Анализ кейс-стади», доклад и электронная презентация, письменный аналитический обзор актуальных технологий управления общественным мнением с электронной презентацией, защита учебного проекта (разработка конкретной коммуникационной стратегии с использованием новых медиа) с его электронной презентацией. Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Политический PR в новых медиа»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место дисциплины в структуре ООП магистратуры

Дисциплина «Политический PR в новых медиа» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах». Программа курса ориентирована на изучение магистрантами технологии формирования и управления коллективного оценочного суждения, которое проявляет себя не только offline, но и online.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (Интернет-сайты, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint), используется электронный учебно-методический комплекс «Управление Интернет-проектами» (<http://edu.tsu.ru/eor/resource/594/tpl/index.html>).

Основной **целью** дисциплины «Политический PR в новых медиа» является формирование у магистрантов комплекса коммуникационных, проектных и исследовательских компетенций, необходимых им для успешного осуществления профессиональной деятельности в сфере политического PR в новых медиа.

Задачи:

- расширение теоретических знаний обучающихся в сфере политического PR, реализуемого в системе новых медиа;
- развитие профессионального методологического мышления, опирающегося на научные подходы и практическую деятельность при исследовании и управлении политическим PR в информационном обществе;
- практическое освоение коммуникационных инструментов, проектных и исследовательских технологий, позволяющих успешно решать профессиональные задачи в сфере политического PR в новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления коммуникационной, проектной, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической профессиональной деятельности в сфере связей с общественностью, рекламы и новых медиа; для освоения курсов «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», прохождения преддипломной и научно-производственной практики: профильный проект.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);

- способность руководить подготовкой и проведение количественных и качественных исследований (ПК-17).

Проверка знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль проводится систематически в течение семестра. К формам текущего контроля относятся: чтение основной и дополнительной литературы, изучение и анализ Интернет-источников по темам программы дисциплины, подготовка и анализ кейс-стади, отработка навыков использования различных ново-медийных технологий, компьютерное моделирование, подготовка выступлений на семинарских занятиях, подготовка учебных проектов и их электронных презентаций, выполнение письменных работ – аналитических эссе и заданий на различные виды анализа Интернет-ресурсов и проектирования коммуникационных стратегий, написание мини-реферата (объем не более 5 страниц текста А4, №12, интервал – 1,0). Выполнение этих работ является обязательным для всех магистрантов, а результаты являются основанием для выставления оценок текущего контроля. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Брендинг в Интернет»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр.

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 2-го года обучения.

Дисциплина «Брендинг в Интернет» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Коммуникационный менеджмент», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Политический PR в новых медиа», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Цифровой брендинг», «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа», «Имиджевые Интернет-технологии», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive), а также с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, находящихся в свободном интернет-доступе и используемых при создании контента и анализа информации на сайтах и в социальных сетях.

Целью освоения дисциплины (модуля) «Брендинг в Интернет» является формирование ключевых компетенций магистрантов, необходимых для разработки программ бренд-коммуникаций, реализуемых посредством новомедийных интернет-технологий.

Задачи курса:

формирование знаний о роли Интернет-брендинга в бизнес-модели функционирования различных компаний;

формирование представления об особенностях Интернет-бренда и его роли в «марочном портфеле» компании;

ознакомление с технологиями создания Интернет-брендов;

анализ инструментов Интернет-брендинга;

овладение технологиями моделирования имиджа бренда в Интернет;

знакомство с принципами управления брендами в Интернет.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и коммуникационной деятельности в сфере рекламы, связей с общественностью и новых медиа, прохождения преддипломной и производственной практик.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10)

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формой текущего контроля являются защита мини-реферата с электронной презентацией по теме «Современная Интернет-коммуникация: основные черты», письменная работа «Анализ кейс-стади» по теме: «Бренд в среде Интернет», семинар-дискуссия «Пользовательский брендинг», защита проектной разработки: «Управление брендом в Интернет» на примере локального или глобального бренда. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ учебной дисциплины «Цифровой брендинг»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр.

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 2-го года обучения.

Дисциплина «Цифровой брендинг» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Коммуникационный менеджмент», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», «Политический PR в новых медиа», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Брендинг в интернет», «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа», «Имиджевые Интернет-технологии», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа».

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с семинарами и практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современного ПО и облачных сервисов (Microsoft Office 2013, Google Drive), а также с использованием современных информационно-коммуникационных технологий, находящихся в свободном интернет-доступе и используемых при создании контента и анализа информации на сайтах и в социальных сетях.

Целью освоения дисциплины (модуля) «Цифровой брендинг» является формирование ключевых компетенций магистрантов, необходимых для создания и продвижения бренда компании или продукта в Интернет на современном этапе развития Сети.

Задачи курса:

- рассмотрение базовых особенностей сети Интернет как коммуникационной среды современного брендинга;
- формирование знаний специфики цифрового брендинга как деятельности, осуществляемой с использованием новых медийных технологий;
- анализ комплексного подхода к формированию цифрового брендинга в стратегической связке с бизнес-моделью компании/бренда, с долгосрочным маркетинговым планом и стратегией продвижения бренда.
- практическое освоение инструментов цифрового брендинга, включающих инструменты разработки бренда, планирования коммуникационной политики бренда и анализ осуществления деятельности по продвижению бренда в Интернет.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и коммуникационной деятельности в сфере рекламы, связей с общественностью и новых медиа, прохождения преддипломной и производственной практик.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность управлять процессами стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий, обеспечивать их качество и эффективность (ПК-1);
- способность к выработке нестандартных решений (ПК-9);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10)

- способность определять стратегические цели и руководить проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий (ПК-12).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формой текущего контроля являются защита мини-реферата с электронной презентацией по теме «Современная Интернет-коммуникация: основные черты», письменная работа «Анализ кейс-стади» по теме: «Бренд в среде Интернет», семинар-дискуссия «Цифровой брендинг или бренд для цифрового поколения», защита проектной разработки: «Цифровой брендинг: стратегия, особенности, эффективность» на примере локального или глобального бренда. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Блоггинг»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 1-го года обучения.

Дисциплина «Блоггинг» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Продвижение в новых медиа», «Основы теории социальных коммуникаций».

Программа курса ориентирована на формирование практических навыков магистрантов по самостоятельному проведению рекламных кампаний с использованием инструментов Web.2.0 в сети Интернет, применяемых в маркетинговой деятельности компаний.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (специализированные Интернет-ресурсы, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel).

Целью курса «Блоггинг» является формирование у магистрантов комплекса ключевых компетенций, необходимых для эффективного использования возможностей блоггинга в профессиональной деятельности специалистов по рекламе и связям с общественностью, осуществляющих свою деятельность в сети Интернет.

Задачи курса:

- формирование знаний о специфике блоггинга как особого вида коммуникационной деятельности, реализуемой в системе и средствами новых медиа;
- развитие у магистрантов практических умений по созданию, ведению и продвижению блогов в глобальном интернет-пространстве;
- содействие формированию навыков использования блогов в профессиональной деятельности.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы, связей с общественностью и новых медиа; для освоения курсов: «Иностранный язык профессионального общения: углубленный курс», «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа», «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития», «Основы научных исследований в профессиональной сфере».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формой текущего контроля являются защита аналитического отчета, защита реферата-эссе, анализ кейсов, защита учебного проекта (разработка концепции и программы продвижения блога), защита отчета по эффективности использования блога в коммуникационном проекте.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины «Продвижение в новых медиа»

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная.

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 1-го года обучения.

Дисциплина «Продвижение в новых медиа» входит в вариативную часть ООП магистратуры и является дисциплиной по выбору. Курс логически и содержательно-методически взаимосвязан с такими дисциплинами ООП, как «Иностранный язык», «Блоггинг», «Основы теории социальных коммуникаций».

Программа курса ориентирована на развитие умений онлайн-продвижения с учетом специфики новых медиа как особого вида средств массовой коммуникации. **Общая трудоемкость дисциплины** составляет 3 зачетные единицы (108 часов). При изучении дисциплины предусмотрено обязательное сочетание теоретических (лекционных) занятий с практическими занятиями. Практические занятия проводятся с использованием современных информационно-коммуникационных технологий (интернет-ресурсы и сервисы, социальные сети, компьютерные программы Word, PowerPoint, Excel).

Целью курса «Продвижение в новых медиа» является формирование у магистрантов комплекса ключевых компетенций, необходимых для эффективного использования возможностей новых медиа в деятельности по продвижению.

Задачи курса:

- формирование знаний о специфике новых медиа как особого вида средств массовой коммуникации, а также принципах их использования в деятельности по продвижению;
- формирование умения разрабатывать программу продвижения в системе новых медиа на основании аналитических данных и с учетом специфики новых медиа как СМК;
- развитие практических навыков осуществления профессиональных коммуникаций в глобальном интернет-пространстве и решения маркетинговых задач средствами новых медиа.

Приобретенные магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления профессиональной деятельности в сфере рекламы, связей с общественностью и новых медиа; для освоения курсов: «Иностранный язык профессионального общения: углубленный курс», «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа», «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития», «Основы научных исследований в профессиональной сфере».

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность вести диалог, переписку, переговоры на иностранном языке в рамках уровня поставленных задач для решения профессиональных вопросов (ОПК-4);
- владеть техниками установления профессиональных контактов и развития профессионального общения, в том числе на иностранных языках (ОПК-5);
- способность нести персональную ответственность за результаты своей профессиональной деятельности (ОПК-9).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов осуществляется в форме текущего контроля и промежуточной аттестации. Текущий контроль – проводится систематически в течение семестра. Формой текущего контроля являются защита аналитического отчета (сравнительный анализ традиционных и новых медиа), защита реферата-эссе (аспекты использования новых медиа в деятельности по продвижению), анализ кейсов, защита учебного проекта (разработка программы продвижения в системе новых медиа), защита отчета по эффективности использования программы продвижения.

Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины проводится в конце семестра (по окончании ее изучения). Соответствующий ФОС разработан.

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

АННОТАЦИЯ

Научно-педагогическая практика

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр, 1-го года обучения и 1-й семестр, 2-го года обучения (очная форма обучения), 2-й семестр, 2-го года обучения (очно-заочная форма обучения).

Место практики в структуре ООП магистратуры

Научно-педагогическая практика входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной. Практика логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития», «Методологические проблемы современной науки», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе», «Организация коммуниктивного пространства НИР студентов современного университета», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Основы теории социальных коммуникаций», «Психология визуальной коммуникации в Интернет», научно-педагогической, производственной, преддипломной практикой, научно-исследовательской работой. Программа практики ориентирована на формирование понимания методов приложения профессиональных теоретических знаний, а также умений и навыков в образовательном процессе вуза.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). При прохождении практики осуществляется индивидуальная работа руководителя практики из числа НПР структурного подразделения высшей школы с магистрантом, ориентированная на достижение цели и задач практики.

Целью научно-педагогической практики является развитие и содействие проявлению у магистрантов научно-исследовательских, коммуникативных и педагогических компетенций, необходимых для приложения профессиональных теоретических знаний, а также умений и навыков с целью реализации учебных и учебно-методических проектов в рамках профиля подготовки в условиях реального образовательного процесса в вузе.

Задачи научно-педагогической практики

- формирование у обучающихся умений применять имеющиеся или полученные научные и прикладные знания в образовательных целях;
- развитие навыков владения образовательными технологиями и методиками высшей школы, в том числе, в целях совершенствования электронного образовательного пространства профильной программы подготовки;
- тренировка навыков подготовки и проведения лекционных и практических занятий коммуниктивного цикла в вузе, в том числе, с использованием новомедийных технологий.

Приобретенные на практике магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской и педагогической деятельности, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в

новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);

- способность интегрировать знания, формировать суждения и принимать решения на основе неполной и ограниченной информации (ПК-22);
- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов по итогам практики осуществляется в форме защиты магистрантом отчета о научно-педагогической практике.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Преддипломная практика

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 2-го года обучения (очная форма обучения), 1-й семестр, 3-го года обучения (очно-заочная форма обучения).

Место практики в структуре ООП магистратуры

Преддипломная практика входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной. Практика логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Методологические проблемы современной науки», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Политический PR в новых медиа», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», научно-педагогической, производственной практикой и научно-исследовательской работой. Программа практики ориентирована на применение полученных магистрантами теоретических знаний, умений, навыков на практике.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). При прохождении практики осуществляется апробация на практике результатов диссертационного исследования.

Целями преддипломной практики являются:

- углубление теоретической подготовки магистрантов и приобретение им практических навыков и компетенций, необходимых для выполнения выпускной квалификационной работы,
- развитие опыта самостоятельной профессиональной деятельности на основе практического участия в деятельности базисного субъекта рекламных и PR-коммуникаций.

Задачи практики:

- выявление и формулирование актуальных коммуникационных проблем базисного субъекта на основе сбора, систематизации и анализа информации;
- организация и проведение исследований системы коммуникаций базисного субъекта;
- подготовка текста выпускной квалификационной работы, отражающей решение коммуникационной проблемы базисного субъекта на основании современных теорий и инструментов, в том числе и новомедийных.

Приобретенные на практике магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой, информационно-аналитической, прогнозно-аналитической, научно-исследовательской и педагогической деятельности, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);

- способность руководить подготовкой и проведение количественных и качественных исследований (ПК-17);

- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов по итогам практики осуществляется в форме проверки проекта диссертации, выполнения индивидуального плана магистранта.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Производственная практика

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й семестр 2-го года обучения (очная форма обучения), 2-й семестр 2-го года обучения (очно-заочная форма обучения).

Место практики в структуре ООП магистратуры

Производственная практика входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной. Практика логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Методологические проблемы современной науки», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Коммуникационный менеджмент», «Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет», «Цифровой имидж (onp- и off-line)», «Имиджевые Интернет-технологии», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе», «Организация коммуниктивного пространства НИР студентов современного университета», «Управление агентством рекламы и связей с общественностью и службой рекламы и связей с общественностью организации», «Брендинг в Интернет», «Цифровой брендинг», «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», научно-педагогической, преддипломной практикой, научно-исследовательской работой. Программа практики ориентирована на получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, закрепление и систематизацию полученных знаний, а также отработку материалов для выпускной магистерской работы.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц (216 часов). Прохождение практики осуществляется в организациях (предприятиях, государственных структурах), в которых существуют отделы по связям с общественностью, маркетинга, рекламы, а также в самостоятельных рекламных, коммуникационных, PR-агентствах, пресс-службах организаций, редакциях СМИ, на полиграфических предприятиях и т.д.

Целью производственной практики является формирование комплекса профессиональных, включая лидерские, компетенций, необходимых для успешного решения управленческих и организационных задач в сфере рекламы и связей с общественностью в системе новых медиа, а также приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности.

Задачами производственной практики являются:

- актуализации знаний, полученных в процессе теоретической подготовки в предшествующий период обучения на основе изучения деятельности конкретной организации;
- приобретению умений и выработка навыков по разработке и реализации инноваций в деятельности предприятия (организации);
- подготовки магистрантов к творческому использованию научных знаний в решении экспертных задач; к совершенствованию своей аналитической компетентности.

Приобретенные на практике магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой, информационно-аналитической и прогнозно-аналитической деятельности, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность к самостоятельному обучению новым методам исследования, к изменению научного и научно-производственного профиля своей профессиональной деятельности (ОК-4);
- способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность применять перспективные теории и приемы менеджмента, бизнес-процессов, маркетинга (ПК-10);
- способность разрабатывать планы, программы и другие материалы прогнозно-аналитического характера (ПК-18).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов по итогам практики осуществляется в форме защиты магистрантом отчета о производственной практике.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Научно-производственная практика: профильный проект

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 1-й и 2-й семестр, 1-го года обучения.

Место практики в структуре ООП магистратуры

Научно-производственная практика: профильный проект входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной. Практика логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Планирование и реализация кампаний по рекламе и связям с общественностью», «Организация кризисных коммуникаций с использованием новых медиа», «Психологический тренинг влияния и противостояния влиянию», «Психологический тренинг личностного роста и развития», «Технологии рекламы и связей с общественностью в различных сферах», «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Технологии управления общественным мнением в новых медиа», «Политический PR в новых медиа», научно-педагогической практикой.

Программа практики ориентирована на углубление и закрепление теоретических знаний, развитие практических умений и навыков магистрантов в области рекламы, связей с общественностью в новых медиа в процессе профессиональной самореализации.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц (324 часа). При прохождении практики магистрантами создается электронное профессиональное резюме, формируется индивидуальный план работы на весь период обучения, разрабатывается и реализуется профильный проект.

Целью научно-производственной практики: профильный проект» является подготовка магистрантов к выполнению различных видов профессиональной деятельности рекламиста и PR-специалиста в процессе профессиональной самопрезентации и проектной деятельности.

Задачами практики являются:

- осмысление собственной образовательной траектории развития в отработке практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности;
- приобретение опыта в анализе информационной среды, работе со СМИ, навыков в разработке творческих планов, рекламных стратегий и формировании имиджа организации;
- практическое участие в подготовке и проведении PR-мероприятий;
- совершенствование навыков научного и делового общения, создание и редактирование текстов в процессе проведения исследовательской деятельности и реализации практики;
- изучение и проектирование коммуникативного продукта и технологии его продвижения в информационном пространстве;
- получение первичных профессиональных умений в области проектирования и презентации результатов исследований;
- приобретение опыта управления проектом в коммуникационной сфере деятельности;
- осознание себя частью профессионального сообщества.

Приобретенные на практике магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления организационно-управленческой и проектной деятельности, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальную и этическую ответственность за принятые решения (ОК-2);

- готовность к саморазвитию, самореализации, использованию творческого потенциала (ОК-3);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-3);
- способность разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, задания на их разработку, осуществлять руководство проектной деятельностью (ПК-14);
- способность оценивать качество и эффективность проектов с учетом возможностей использования современных методов из реализации, контроля и корректировки (ПК-15).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов по итогам практики осуществляется в форме защиты магистрантом профессионального резюме, индивидуального плана работы, профильного проекта.

Форма промежуточной аттестации: дифференцированный зачет.

АННОТАЦИЯ

Научно-исследовательская работа

Направление подготовки: 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки: «PR и реклама в системе новых медиа»

Квалификация (степень) выпускника: магистр

Форма обучения: очная, очно-заочная

Год/годы и семестр/семестры обучения: 2-й семестр, 1-го года обучения, 1-й и 2-й семестр 2-го года обучения (очная форма обучения), 1-й и 2-й семестр 2-го года обучения, 1-й семестр 3-го года обучения (очно-заочная форма обучения).

Место практики в структуре ООП магистратуры

Научно-исследовательская работа входит в вариативную часть ООП магистратуры и является обязательной для изучения. Практика логически и содержательно-методически взаимосвязана с такими дисциплинами ООП, как «Основы научных исследований в профессиональной сфере», «Методологические проблемы современной науки», «Методика преподавания коммуникативных дисциплин», «Методика преподавания дисциплин в высшей школе», «Основы теории социальных коммуникаций», «Работа с рекламными и PR-текстами в системе новых медиа», научно-педагогической, производственной преддипломной практикой.

Программа научно-исследовательской работы ориентирована на применение полученных магистрантами теоретических знаний, умений, навыков на практике.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 27 зачетных единиц (864 часа).

Целью научно-исследовательской работы является формирование у магистрантов направления «Реклама и связи с общественностью» теоретико-методологической и практической готовности к научно-исследовательской деятельности, предметом которой выступают коммуникации в «новых медиа».

Задачи практики заключаются:

- в формировании у обучающихся знаний о теоретических и эмпирических методах, используемых в научно-исследовательской работе;
- в развитии у магистрантов способности к самостоятельным теоретическим и практическим суждениям и выводам, умений объективной оценки научной информации, свободы научного поиска и стремления к применению научных знаний в образовательной и профессиональной деятельности;
- в формировании навыков работы с различными научными и информационными источниками, включая новые медиа;
- в развитии мотивации к профессиональному становлению как исследователя, ориентированного на новое знание в узком, предметном, и широком междисциплинарном контексте.

Приобретенные на практике магистрантами знания, умения и навыки необходимы для осуществления научно-исследовательской и педагогической деятельности, подготовки и защиты выпускной квалификационной работы.

В результате прохождения практики у обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС ВО будут сформированы следующие **ключевые компетенции**:

- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1);
- способность самостоятельно приобретать с помощью информационных технологий и использовать в практической деятельности новые знания и умения, в том числе в новых областях знаний, непосредственно не связанных со сферой деятельности (ОПК-7);
- способность ставить задачи исследования, выбирать методы экспериментальной работы, подготавливать базу для научных исследований (ПК-20);
- способность применять в исследованиях основные концепции и принципы самоорганизации, эволюции, воспроизводства и развития систем, учитывать их динамику и тенденции (ПК-21);

- способность решать концептуальные и прикладные задачи в широком или междисциплинарном контексте (ПК-23);
- способность к анализу и синтезу, научным обобщениям, выводам и аргументированию соображений, выдвижению новых идей, в том числе в исследовательском контексте (ПК-24);
- способность применять накопленные знания и опираться на них в подготовке и написании научно-исследовательских работ, включая кандидатские и докторские диссертации (ПК-26).

Контроль знаний, умений и навыков магистрантов по итогам практики осуществляется в форме проверки проекта введения, теоретической части диссертации и научной или научно-практической публикации.

Форма итогового контроля: дифференцированный зачет.