Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.17
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	физиологии человека и животных
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Безопасность жизнедеятельности составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

первый семестр:

лекционная нагрузка (16 час.);

практические занятия (22 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (4 час.);

самостоятельная работа (30 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель образования по дисциплине «Безопасность жизнедеятельности» – формирование профессиональной культуры безопасности (ноксологической культуры), т.е. способности личности использовать в профессиональной деятельности приобретенную совокупность знаний, умений и навыков для обеспечения безопасной жизни, безопасности в сфере профессиональной деятельности; изменения характера мышления и ценностных ориентаций, при которых вопросы безопасности рассматриваются в качестве приоритета; способности использовать методы защиты населения и персонала в условиях чрезвычайных ситуаций и в период военных действий, а также освоение приемов оказания первой помощи в повседневных и экстремальных ситуациях, угрожаемых здоровью и жизни человека.

Задачи:

1. Сформировать у обучающихся культуру безопасного поведения в повседневной и профессиональной деятельности.
2. Обучить приемам оказания первой помощи пострадавшим в повседневных и экстремальных ситуациях, угрожаемых здоровью и жизни человека.
3. Обучить методам и способам защиты населения и производственного персонала в условиях чрезвычайных ситуаций и в период военных действий.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1. Поддерживает безопасные условия в штатном режиме жизнедеятельности.; УК-8.2. Осуществляет действия по обеспечению безопасности жизнедеятельности в условиях чрезвычайных ситуаций и минимизации их негативных последствий, в том числе с применением мер защиты.;	знать: основные опасности современного мира, способы создания безопасных условий жизнедеятельности в штатном режиме; основы сохранения и укрепления здоровья, принципы оказания первой помощи; уметь: формировать мотивацию к безопасному поведению; создавать и поддерживать безопасные условия жизни и труда; оценивать состояние пострадавшего и оказывать первую помощь в повседневных ситуациях, угрожаемых здоровью и жизни человека; владеть: навыками поддержания безопасных условий жизнедеятельности; навыками оказания первой помощи в повседневных ситуациях, угрожаемых здоровью и жизни человека.; знать: основные методы, средства и способы обеспечения безопасности жизнедеятельности в условиях чрезвычайных ситуаций; уметь: разрабатывать методы защиты производственного персонала и населения, оказывать первую помощь в условиях чрезвычайных ситуаций; владеть: навыками применения мер защиты производственного персонала и населения для минимизации негативных последствий чрезвычайных ситуаций; навыками оказания первой помощи в нештатных ситуациях, угрожаемых здоровью и жизни человека.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
БРЕНДИНГ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.02
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Брендинг составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
шестой семестр:
лекционная нагрузка (32 час.);
практические занятия (18 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (20 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Целью данного курса является знакомство с теоретическими и практическими основами брендинга.
Задачи дисциплины:
- формирование языка профессионального общения через освоение понятий, терминов и концепций в сфере брендинга;
- овладение навыками анализа бренда как маркетинговой, семиотической и коммуникативной категории и брендинга как процесса создания и управления брендом.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ;	Знать: методы и инструменты проектного планирования, принципы бюджетирования, технологии организации мероприятий, направленных на формирование бренда. Уметь: разрабатывать календарный план с учетом имеющихся сроков и ресурсов, составлять бюджеты и сметы, организовывать публичные мероприятия, направленные на формирование бренда. Владеть: методами и инструментами проектного планирования, навыками организации мероприятий, направленных на формирование бренда. ; Знать: основы, методы и технологии делового администрирования, принципы внутренних бренд-коммуникаций, подготовки и проведения презентаций, технологии организации мероприятий, направленных на формирование корпоративной идентичности и развитие корпоративной культуры. Уметь: анализировать среду внутренних бренд- коммуникаций, проводить презентации и организовывать мероприятия, направленные на формирование корпоративной идентичности и развитие корпоративной культуры. Владеть: навыками осуществления внутренних бренд-коммуникаций, навыками организации мероприятий, направленных на формирование корпоративной идентичности и развитие корпоративной культуры. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
БРЕНДИНГ ТЕРРИТОРИИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.19
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Брендинг территории составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (20 час.);

практические занятия (30 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (20 час.);

контроль (Экзамен) (36 час.).

Цель дисциплины – получение базовых теоретических знаний и практических навыков по брендингу территории как стратегии повышения конкурентоспособности городов, областей, регионов, географических зон и государств.
Задачи дисциплины:
- формирование системы знаний о структуре и значении брендинга территории;
- овладение методикой создания территориального брэнда, навыками формирования образа страны, региона или города в сознании граждан и мировой общественности, методикой управления брэнд-коммуникациями.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	Знать: функции и задачи менеджера по территориальному брендингу, методы и технологии, применяемые при реализации коммуникационных проектов по формированию городской идентичности и выращиванию бренда места. Уметь: реализовывать функции и выполнять задачи менеджера по территориальному брендингу, применять методы и технологии рекламы и связей с общественностью в рамках реализации проектов по формированию городской идентичности и выращиванию бренда места. Владеть: навыками осуществления функций и реализации задач, поручаемых менеджеру по территориальному брендингу; методиками и технологиями формирования городской идентичности и выращивания бренда места. ; Знать: методы и инструменты планирования, принципы бюджетирования, технологии организации коммуникационных мероприятий, направленных на формирование территориальной идентичности. Уметь: разрабатывать программы мероприятий, организовывать коммуникационные мероприятия, направленные на формирование территориальной идентичности. Владеть: навыками проектного планирования и организации мероприятий, направленных на формирование территориальной идентичности. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ВЕРСТКА И ДИЗАЙН

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.11
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Верстка и дизайн составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

шестой семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (34 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью дисциплины «Верстка и дизайн» является формирование и развитие у обучающихся общих представлений о графическом дизайне и верстке как процессе воплощения идей дизайна в готовом рекламном продукте.
Задачи:
- приобретение знаний о типах и видах рекламной продукции, об основах дизайна, в том числе об основных приемах и принципах работы, направленных на выявление смысла текста, а также об основных информационно-компьютерных технологиях, использующихся при подготовке издания к печати.
- формирование умений анализировать и проектировать (в кооперации с художником, профессиональным дизайнером) дизайн рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью и полиграфических условий; осуществлять редакторский анализ и правку текста в плане его визуального представления; использовать знания о возможностях программ, в которых создаются макеты полиграфических изданий, в работе.
- формирование начальных умений и навыков работы в издательских пакетах с целью получения представления об их потенциальных возможностях; технологией подбора визуального образа рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью анализа особенности графического дизайна того или иного издания.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-4.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала;	Знать основные методы и средства осуществления редакторской деятельности в соответствии с технологическими требованиями СМИ для создания коммуникационного медиапродукта. Уметь использовать основные методы и средства осуществления редакторской деятельности в соответствии с технологическими требованиями СМИ для создания коммуникационного медиапродукта. Владеть основными методами и средствами осуществления редакторской деятельности в соответствии с технологическими требованиями СМИ для создания коммуникационного медиапродукта.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ВЫПУСК КОРПОРАТИВНОГО ИЗДАНИЯ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.08
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Выпуск корпоративного издания составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

практические занятия (32 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (38 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью дисциплины «Выпуск корпоративного издания» является формирование у обучающихся представления о корпоративных изданиях как средстве формирования имиджа организации и корпоративной культуры, о принципах подготовки и выпуска корпоративных изданий, развитие практических навыков создания и выпуска корпоративных изданий.

Задачи курса:

- приобретение знаний о базовых характеристиках корпоративного издания как типа СМИ, об основных методах подготовки и планирования выпуска корпоративного издания;
- формирование умений осуществлять под контролем выпуск корпоративного издания, а также применять полученные знания в области теории коммуникации в сфере создания текстов для корпоративного издания;
- формирование навыков работы в коллективе при разработке концепции, определении типа, подготовке контента и создании выпуска корпоративного издания.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры.;	Знать: структуру и основное содержание корпоративной культуры; цели, задачи, функции связей с общественностью в различных типах организаций; классификацию корпоративных изданий по целевой аудитории, по контенту; основные жанры и форматы текстов в корпоративном издании; основы организационной работы с малыми коллективами: распределение обязанностей, функционал штатных единиц в редакции корпоративного издания, структуру редакции КИ; типы и виды издательской продукции в рамках традиционных и современных средств рекламы и их роль в организации и проведении рекламных и PR-кампаний, формировании и поддержании имиджа организации; возможности Интернета как коммуникационной среды, возможности и ограничения полиграфических изданий как носителей контента. Уметь: самостоятельно работать с источниками информации, готовить информационные материалы различного направления, проводить исследования в области связей с общественностью; осуществлять управление информацией в интересах формирования общественного мнения целевых групп общественности как во внутренней, так и внешней среде организации; определять основные характеристики корпоративного издания; организовывать работу в малом коллективе (на примере редакции корпоративного издания); осознавать преимущества и недостатки двух стратегий реализации производственного цикла (аутсорсинг и создание штатной редакции), выбирать типы и виды рекламной продукции с учетом конкретных задач рекламы и связей с общественностью, использовать рекламную продукцию, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы в организации и проведении рекламных и PR-кампаний, создавать тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы с учетом особенностей функционирования конкретного вида СМИ (корпоративного издания), работать с визуальными элементами; работать с продакшн-компаниями (типографии, разработчики программного обеспечения), самостоятельно искать, извлекать, систематизировать, анализировать и отбирать необходимую для решения профессиональных задач информацию, организовывать, преобразовывать, сохранять и передавать её. Владеть: методами сбора информации о состоянии общественного мнения целевых групп; методиками оценки эффективности корпоративной культуры; способностью осуществлять оперативное планирование и контроль за созданием выпуска корпоративного издания; навыком составления «демографического и социального портрета» сотрудников предприятия; навыком планирования и сбора материалов для корпоративного издания; навыками организации работы в малом коллективе (редакции корпоративного издания); способностью организовать подготовку к выпуску, производство и распространение издательской продукции (издательского проекта) в рамках традиционных и современных средств рекламы и связей с общественностью; разными видами речевой деятельности; приемами действий в ситуациях общения; методиками работы с разными типами информации, навыками использования информационных устройств, аудио- и видеозаписи, электронной почты, Интернет.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ДЕЛОВОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.04
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	английской филологии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3, 4 курсы, 5, 6, 7 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Деловой иностранный язык составляет 7 ЗЕТ, 252 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
пятый семестр:
лабораторные работы (34 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (36 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
шестой семестр:
лабораторные работы (30 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (40 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
седьмой семестр:
лабораторные работы (34 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (36 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Целью изучения дисциплины «Деловой иностранный язык» является формирование и развитие у обучающихся специальных умений, навыков и компетенций в области устной и письменной деловой коммуникации в ситуациях межличностного и межкультурного взаимодействия, а также развитие навыков по созданию текстов рекламы и связи с общественностью на иностранном (английском) языке.
Задачи дисциплины:
- приобретение в рамках освоения теоретического и практического материала знаний в области делового международного общения;
- формирование умений и навыков применять полученные знания при осуществлении устной и письменной деловой коммуникации, в том числе в сфере рекламы и связей с общественностью.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	4.1 Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.; 4.2 Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации.; 4.3 Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).;	Знать: нормы литературного языка и особенности жанра делового письма в английском языке. Уметь: осуществлять деловую коммуникацию на английском языке. Владеть: навыками устной и письменной речи в сфере деловой коммуникации на английском языке. ; Знать: особенности современных информационно-коммуникативных технологий. Уметь: осуществлять коммуникацию при помощи современных ИКТ. Владеть: навыками использования современных ИКТ в процессе осуществления деловой коммуникации на английском языке. ; Знать: теоретические основы деловой коммуникации на русском и иностранном языках для решения разнообразных задач. Уметь: осуществлять обмен деловой информацией в устной и письменных формах на русском и английском языках. Владеть: способностью к написанию деловых писем и осуществлению устного обмена деловой информацией на иностранном (английском) языке. ;

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	5.1 Демонстрирует понимание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте.; 5.2 Осознает наличие коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте.;	Знать: особенности различных культур, их этический, культурный и исторический фон. Уметь: учитывать межкультурное разнообразие общества в процессе деловой коммуникации. Владеть: базовыми навыками осуществления межкультурной коммуникации. ; Знать: приемы преодоления коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте. Уметь: распознавать коммуникативные барьеры и грамотно преодолевать их в процессе межкультурного взаимодействия. Владеть: навыками осуществления эффективной деловой коммуникации несмотря на возможные коммуникативные барьеры. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.11
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	английской филологии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2 курсы, 1, 2, 3 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Иностранный язык составляет 7 ЗЕТ, 252 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
лабораторные работы (48 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (22 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
второй семестр:
лабораторные работы (48 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (22 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
третий семестр:
лабораторные работы (48 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (22 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель: формирование навыков владения устной и письменной речью, усвоение базовой грамматики, лексики, овладение фонетическими навыками для активного применения английского языка в повседневном и профессиональном общении, развитие интереса к истории и культуре страны изучаемого языка. Изучение данной дисциплины также предполагает формирование и совершенствование навыков перевода текстов, принадлежащих различным функциональным стилям с/на иностранный язык, формирование и развитие навыков использования иностранного языка в различных социокультурных ситуациях общения. Целью изучения данной дисциплины также является повышение общекультурного уровня выпускника вуза.

Задачи: обучение иностранному языку как средству личной и профессиональной коммуникации; воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов; расширение кругозора и повышение общей гуманитарной культуры студентов, повышение уровня учебной автономии, способности к саморазвитию; формирование и совершенствование навыков перевода текстов, принадлежащих различным функциональным стилям с/на иностранный язык.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК – 4.1 Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия; УК – 4.2 Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации.; УК-4.3 Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах). ;	Знать: нормы и жанры литературной устной и письменной речи изучаемого иностранного языка. Уметь: отбирать жанры устной и письменной речи изучаемого иностранного языка в зависимости от целей и условий взаимодействия. Владеть: навыками применения норм изучаемого иностранного языка и отбора жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. ; Знать: основы работы с современными информационно-коммуникативные технологиями в процессе деловой коммуникации. Уметь: применять теоретические знания работы с современными информационно-коммуникативные технологиями в практике деловой коммуникации. Владеть: навыками работы с современными информационно-коммуникативные технологиями в процессе деловой коммуникации. ; Знать: основы ведения устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и на английском языке с целью обмена деловой информацией. Уметь: отбирать языковые средства с целью ведения устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и на английском языке для обмена деловой информацией. Владеть: навыками ведения устной и письменной коммуникации на государственном языке Российской Федерации и на английском языке для обмена деловой информацией. ;
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Демонстрирует понимание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. ; УК-5.2 Осознает наличие коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте. ; УК-5.3 Толерантно воспринимает особенности межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте.;	Знать: основы межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. Уметь: отбирать языковые средства в соответствии с социально-историческими, этическими и философскими аспектами данного языкового сообщества. Владеть: навыками ведения коммуникации на иностранном языке в соответствии социально-историческими, этическими и философскими аспектами данного языкового сообщества. ; Знать: коммуникативные барьеры, возникающие в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте, и способы их преодоления. Уметь: критически оценивать процесс межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте и возникшие коммуникативные барьеры. Владеть: способностью преодолевать коммуникативные барьеры, возникающие в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте. ; Знать: особенности межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. Уметь: отбирать языковые средства в соответствии с особенностями межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. Владеть: навыками ведения коммуникации на иностранном языке в соответствии с особенностями межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИНТЕГРИРОВОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.23
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Интегрировованные коммуникации составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (20 час.);

практические занятия (16 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (34 час.);

контроль (Экзамен) (36 час.).

Целью курса является знакомство и освоение обучающимися основных принципов комплекса коммуникативных технологий, направленных на позиционирование и продвижение товара, которые включают рекламу, связи с общественностью, стимулирование сбыта, прямой маркетинг и Интернет-коммуникации.
Поставленная цель конкретизируется посредством:
- изучения системы интегрированных коммуникативных технологий и взаимосвязи рекламы, связей с общественностью и маркетинга;
- формирования целостного представления о коммуникативных технологиях, используемых в рекламе, связях с общественностью и маркетинге;
- освоения знаний для формирования и планирования оптимального набора коммуникативных технологий с целью достижения позитивного отношения к организации и продукту (услуге) и повышению спроса;
- освоения основных этических норм, регулирующие профессиональную деятельность в сфере информационных технологий.

Задачи курса:
1. изучить комплекс PR-технологий, применяемых в российской и зарубежной практиках.
2. дать основные представления о стратегическом планировании интегрированных коммуникаций;
3. рассмотреть элементы каждого этапа, показать его особенности и его место в общей стратегии кампании;
4. формировать научно-исследовательскую компетенцию, заключающуюся во владении методами анализа целевой аудитории, ситуации, организации и т.п.;
5. формировать навыки в проектировании кампаний с привлечением средств PR, рекламы, стимулирования сбыта, прямого маркетинга, Интернет-коммуникаций.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	Знать: основные инструменты ATL и BTL. Уметь: применять инструменты рекламы, PR для реализации коммуникационного проекта. Владеть: навыками решения профессиональных задач во время реализации коммуникационных кампаний. ; Знать: основы тактического и стратегического планирования мероприятий в рамках коммуникационной стратегии. Уметь: организовать деятельность коммуникативного отдела для достижения положительного результата. Владеть: навыками постановки тактических задач для реализации коммуникационной кампании. ;
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта;	Знать: основные инструменты маркетинга, необходимые для реализации коммуникационной кампании. Уметь: применять инструменты маркетинга для реализации коммуникационного проекта. Владеть: навыками использования маркетинговых инструментов при планировании коммуникационной кампании. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.15
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях составляет 2 ЗЕТ, 72 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

пятый семестр:

лекционная нагрузка (4 час.);

лабораторные работы (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (48 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель освоения дисциплины – дать студентам теоретические знания и практические навыки в области применения информационных технологий и использования баз данных в прикладных коммуникациях, которые помогут им осуществлять конструктивное взаимодействие с целевыми группами в профессиональной деятельности.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование умений и навыков применения вычислительной техники, информационно-коммуникационных технологий в коммуникационной деятельности;
- формирование умений и навыков для участия в создании и актуализации информационных баз данных;
- формирование практических навыков работы с различными информационными технологиями онлайн и оффлайн;
- приобретение первоначальных приемов применения информационных технологий для анализа коммуникационных процессов;
- выявление особенностей реализации интегрированных информационных систем и технологий в коммуникационной деятельности.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта.; ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта; ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами;	Знать: структуру маркетингового процесса и основные инструменты. Уметь: подобрать подходящие инструменты для реализации коммуникативных задач. Владеть: инструментами планирования производства и (или) реализации коммуникативных продуктов. ; Знать: основные элементы процесса маркетинговых исследований. Уметь: структурировать, обобщать и анализировать данные, полученные в результате маркетинговых исследований. Владеть: навыками применения полученных результатов исследования для дальнейшей работы над коммуникационным продуктом.; Знать: технические средства, методы и инструменты взаимодействия с различными целевыми группами. Уметь: применять программные и интернет-инструменты для анализа обратной связи с разными целевыми группами. Владеть: навыками работы с информационными системами, применения специальных и прикладных программных средств, работы в компьютерных сетях.;
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	Знать: принципы использования информационных технологий при решении различных прикладных коммуникационных задач. Уметь: Уметь использовать информационные технологии на всех необходимых этапах решения прикладных коммуникационных задач. Владеть: навыками выбора ресурсов, технических средств и информационных технологий для реализации прикладных коммуникационных задач.; Знать: технические особенности программного обеспечения, используемое в сфере прикладной коммуникации. Уметь: соотносить различные аспекты техничекого обеспечения для наиболее эффективного решения задач в сфере прикладной коммуникации. Владеть: навыками применения различных технических средств для решения поставленных задач.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСТОРИЯ (ИСТОРИЯ РОССИИ, ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ)

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.09
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	отечественной истории и историографии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) История (история России, всеобщая история) составляет 3 ЗЕТ, 108 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

первый семестр:

лекционная нагрузка (26 час.);

практические занятия (14 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (4 час.);

самостоятельная работа (28 час.);

контроль (Экзамен) (36 час.).

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся общие представления в области истории и раскрыть роль России в мировом историческом процессе.

Задачи дисциплины:

сформировать у обучающихся систему представлений об истории как науке, ее месте в системе гуманитарного знания;
раскрыть основные этапы и главные события отечественной истории;
развить умение выражать и обосновывать свою позицию по различным вопросам исторического прошлого.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует поставленную задачу и осуществляет поиск информации для ее решения.; УК-1.2. Применяет методы критического анализа и синтеза при работе с информацией.; УК-1.3. Рассматривает и предлагает системные варианты решения поставленной задачи.;	знать: основную информацию по заданной проблеме. уметь: выделять задачи для поиска информации по основным этапам становления и развития Российского государства. владеть: механизмом анализа и синтеза исторической информации. ; знать: основные методы критического анализа при работе с исторической информацией. уметь: синтезировать и обобщать материалы исторических документов. владеть: механизмом анализа и синтеза предоставленной информации по важнейшим проблемам исторического процесса.; знать: важнейшие положения, определяющие сущность поставленной задачи. уметь: выделять необходимые системные варианты решения поставленной задачи. владеть: основной исторической информацией по предлагаемой проблеме для системного анализа.;
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1 Демонстрирует понимание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте.; УК-5.2. Осознает наличие коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте.; УК-5.3. Толерантно воспринимает особенности межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте.;	знать: основные характеристики социально-исторического и культурного развития общества. уметь: осмысливать исторические события в российском и мировом сообществе, руководствуясь принципами научной объективности и историзма с учетом национальных различий. владеть: навыками работы с различными источниками с учетом межкультурного разнообразия общества.; знать: сущность коммуникативных барьеров в общении в различных социальных средах уметь: преодолевать языковой барьер в процессе межкультурного взаимодействия. владеть: навыками преодоления коммуникативных барьеров в общении с учетом межкультурного разнообразия современного общества.; знать: особенности межкультурного разнообразия современного мира. уметь: осмысливать социально-исторические изменения общества, проявляя толерантность. владеть: навыками толерантного отношения в обществе с учетом его межкультурного разнообразия.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.13
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2, 3 курсы, 1, 2, 3, 4, 5 семестры
Форма промежуточной аттестации	экзамен, зачет, зачет, зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) История мировой литературы составляет 12 ЗЕТ, 432 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.);
второй семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
третий семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
пятый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель: формирование адекватного и всестороннего представления о многообразии достижений мировой литературы, об отражении в текстах мировой литературы основных философских категорий и проблем человеческого бытия, основных вех процесса историко-культурного развития человека и человечества, об интерпретации места человека в историческом процессе в литературах разных эпох.
Задачи: формирование необходимых умений, навыков и компетенций для
- приобретения, использования и обновления знаний о мировом литературном процессе для создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;
- определения ценности того или иного факта или явления из области зарубежной литературы;
- соотнесения фактов и явлений литературы с исторической эпохой и принадлежностью к культурной традиции;
- анализа сложных социальных проблем в их отражении в художественных текстах разных эпох, запечатлевших образ человека той или иной исторической эпохи, в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК-3.1 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ; ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.;	Знать: художественные особенности поэтики значимых деятелей мировой литературы, главные вехи мирового литературного процесса, специфику национальных литератур. Уметь: осуществлять интерпретацию текста в контексте истории мировой литературы и специфики национальных литератур в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. Владеть: способностью применять знания о особенностях поэтики значимых деятелей мировой литературы, главных вехах мирового литературного процесса, специфике национальных литератур для интерпретации художественного текста в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов. ; Знать: основные литературные и направления, течения специфику средств художественной выразительности ключевых текстов истории мировой литературы. Уметь: использовать знания об основных литературных течениях и направлениях, о специфике средств художественной выразительности ключевых текстов истории мировой литературы в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов на основании умений, освоенных в процессе изучения основных литературных течениях и направлениях, о специфике средств художественной выразительности ключевых текстов истории мировой литературы в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСТОРИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЖУРНАЛИСТИКИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.05
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) История отечественной журналистики составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

пятый семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (12 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (76 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель дисциплины − формирование и развитие у обучающихся системных исторических представлений о закономерностях развития российской журналистики.

Задачи:

- формирование представлений о базовых принципах редакционной политики в области СМИ, о журналах «с направлением», о связях отечественной периодики с доминантными социальными запросами;
- обобщение опыта крупнейших российских журналов и газет XIX-XXI вв. в области организации эффективных связей с общественностью;
- формирование представлений о вертикальных и горизонтальных коммуникационных связях СМИ с властью и различными категориями читателей;
- информирование обучающихся о продуктивных современных возможностях использования исторического опыта крупнейших российских журналов и газет XIX – XXI вв. в области создания устойчивых связей с коммуникационной инфраструктурой общества.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-4.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала;	Знает историю русской журналистики, включая особенности деятельности редакторов крупнейших российских периодических изданий. Знает историю наиболее общественно значимых дискуссий, разворачиваемых на страницах журналов и газет. Умеет демонстрировать представления о базовых принципах редакционной политики в области СМИ, о журналах «с направлением», о связях отечественной периодики с доминантными социальными запросами. Владеет навыками обобщения опыта крупнейших российских журналов и газет XIX-XXI вв. в области организации эффективных связей с общественностью ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ИСТОРИЯ РУССКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.12
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2, 3 курсы, 1, 2, 3, 4, 5 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, зачет, зачет, зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) История русской литературы составляет 11 ЗЕТ, 396 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
второй семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
третий семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
пятый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (38 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель - формирование и развитие у студентов представления об основных тенденциях и направлениях русской литературы XII – XXI в., роли литературы в общественной и духовной жизни российского общества на разных этапах его развития, особенностях современного литературного процесса, необходимых для создания медиапродуктов.

Для достижения этой цели будут решаться следующие задачи:
- формирование знаний о литературном процессе;
- выявление основных закономерностей литературного процесса;
- формирование способности к коммуникации в устной и письменной формах на русском языке для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.
- формирование навыка аналитического чтения и интерпретации литературного произведения;
- формирование умения соотносить конкретное литературное произведение с тем или иным этапом общественного развития и формулировать свое отношение к явлениям общественной жизни;
- формирование представлений о закономерностях развития общества и развитии философской мысли, отраженных в произведениях русской литературы.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ; ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ;	Обучающийся знает: основные этапы и особенности культурного процесса изучаемого периода. Обучающийся умеет: систематизировать и анализировать культурные явления отечественного и мирового культурного процесса. Обучающийся владеет: навыками критического осмысления культурных феноменов в сфере отечественного и мирового культурного процесса ; Обучающийся знает особенности видения человека в отечественной и мировой культуре.Обучающийся умеет выявлять специфику и функции средств художественной выразительности в анализируемых текстах. Обучающийся владеет навыками сравнительного анализа явлений отечественной и мировой культуры;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
КОММУНИКАТИВНЫЙ ПРАКТИКУМ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.18
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Коммуникативный практикум составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

первый семестр:

лекционная нагрузка (14 час.);

практические занятия (34 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (58 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель дисциплины – формирование и развитие коммуникативной компетентности обучающихся, которая понимается как готовность и способность осуществлять эффективное общение с партнером как в профессиональной сфере, так и в сфере межличностных отношений.

Задачи дисциплины:

- формирование системы знаний теории речевой коммуникации;
- осознание социально-психологических и лингвистических особенностей рече-вого взаимодействия людей;
- овладение техникой успешного общения (устного и письменного, вербального и невербального) в различных коммуникативных сферах и ее совершенствование;
- активизация процесса самопознания, повышение самооценки, формирование мотивации личной успешности.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	УК-4.1 Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.; УК-4.2 Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации.; УК-4.3 Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).;	Знать нормы и стили русского литературного языка Уметь грамотно и стилистически верно строить речь на государственном языке Российской Федерации в устной и письменной форме Владеть навыками коммуникации в разных жанрах устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. ; Знать основные понятия, связанные со структурой и осуществлением речевого акта; законы, принципы и правила эффективного общения; нормы речевого этикета; основные психолингвистические особенности речевого взаимодействия людей. Уметь логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь в процессе профессиональной коммуникации. Владеть навыками речевого воздействия и психологического влияния, приемами предупреждения конфликтного взаимодействия и техниками разрешения конфликтов ; Знать основные виды коммуникации и их специфику в деловой сфере, принципы создания эффективного коммуникативного пространства внутри организации и в сфере её внешних контактов для успешного обмена деловой информацией. Уметь инициировать и поддерживать разнообразные типы речевых актов; выбирать стратегию и тактики общения, корректировать свое поведение в соответствии с речевой ситуацией и коммуникативным намерением ее участников; свободно использовать навыки публичной речи, ведения дискуссии и полемики; преодолевать барьеры общения. Владеть навыками делового общения, публичного выступления, дискуссии и полемики. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
КРЕАТИВНОЕ ПИСЬМО

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.03.01
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Креативное письмо составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (12 час.);

практические занятия (24 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (34 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью освоения дисциплины «Креативное письмо» является формирование и развитие у обучающихся способности самостоятельного создания творческих текстов в области рекламы и связей с общественностью

Задачи:

1. Изучение форм публичного современного высказывания
2. Обучение самостоятельному продуцированию текстов в сфере рекламы и связей с общественность.
3. Выработка навыка письменной и устной презентации текстов в сфере рекламы и связей с общественностью.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта; ПК-4.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала ;	Знать: приемы и способы создания текстов, привлекающих внимание к общественности к продукции и деятельности фирмы и общественной организации Уметь продуцировать тексты различной направленности, связанные с публичным имиджем фирмы и общественной организации Владеть навыками составления и оценки эффективности текстов, связанных с публичным имиджем фирмы и организации ; Знать: виды и типы текстовой продукции в области связей с общественностью Уметь: составлять и редактировать тексты в области связей с общественностью Владеть: навыками презентации и распространения текстовой продукции в области связей с общественностью;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЛИТЕРАТУРНОЕ РЕДАКТИРОВАНИЕ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.15
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Литературное редактирование составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

шестой семестр:

лекционная нагрузка (24 час.);

практические занятия (24 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (58 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целями дисциплины «Литературное редактирование» являются формирование и развитие у обучающихся системного представления о закономерностях создания, редакторского анализа и обработки текстов, выработка профессиональных приемов редактирования и навыков практического применения полученных знаний.

Задачи изучения дисциплины включают:

- приобретение знаний об общетеоретических, методологических и методических принципах и критериях редакторского анализа и обработки текстов, а также о профессиональных приемах редактирования;
- развитие умения применять на практике методические приемы работы над отдельными элементами издания и изданием в целом;
- выработка навыков объективного оценивания текста на основе редакторского анализа и выработки путей его трансформации и исправления.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта;	Знать: правила и нормы русского литературного языка и основы культуры речи, логические основы редактирования текста; специфику различных функционально-смысловых типов речи (описание, повествование, рассуждение), разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста; типы текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, основы литературного редактирования, в частности, основные приемы, принципы и методику редактирования текстов различной жанрово-стилистической принадлежности; основные требования к текстам, предназначенным для различных типов медиа; специфику редактирования текстов печатных и Интернет-СМИ, радио и телевидения. Уметь: осуществлять редакторский анализ текстов различной стилевой и жанровой принадлежности и редакторскую правку текстов разного вида (в том числе тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы), создавать и править тексты научных, публицистических и деловых жанров с учетом целей, задач, условий общения, каналов передачи информации. Владеть: основными правилами и принципами литературного редактирования как системы рациональных приемов работы над текстом; технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности; навыками корректуры; способностью применять нормы литературного языка и основы культуры речи для анализа и правки текстов в сфере связей с общественностью и рекламы; навыками подготовки текстов для различных каналов трансляции коммуникационного продукта.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.13
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Маркетинговые исследования и ситуационный анализ составляет 2 ЗЕТ, 72 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

пятый семестр:

лекционная нагрузка (16 час.);

практические занятия (14 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (40 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель изучения дисциплины - приобретение теоретических знаний в области маркетинговых исследований, а также их конкретизация при выполнении практических задач реализации маркетинговых исследований в организации.

Задачи:

- формировать у учащихся фундаментальные теоретические знания и практические навыки по методам изучения и прогнозирования рыночных явлений и процессов,
- получения выводов, необходимых для принятия маркетинговых решений и разработки соответствующих рекомендаций.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	Знать: основные этапы проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Уметь: составлять по итогам исследования прогнозы развития информационной среды, и вырабатывать на их основе рекомендации по планированию дальнейшей деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками стратегического анализа внутренней и внешней сред организации.;
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Знать: технологии планирования, производсва, реализации коммуникационного продукта. Уметь: проводить исследования рынка и прогнозировать спрос и предложения на информационные услуги. Владеть: навыками поиска статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на информационном рынке.; Знать: основные понятия, сущность и способы организации маркетинговых исследований и ситуационного анализа. Уметь: формулировать цели, задачи, гипотезы и обоснованные выводы маркетингового исследования. Владеть: навыками проведения маркетинговых исследований.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
МЕНЕДЖМЕНТ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.27
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Менеджмент в связях с общественностью и рекламе составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
шестой семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (18 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (32 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель изучения дисциплины - приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области развития общественных связей, которые позволят им принимать эффективные управленческие решения в их профессиональной деятельности.
Задачи:
- определить характеристики основных элементов системы управления организацией;
- определить место и роль менеджмента в организации, необходимые качества и содержание работы менеджера;
- выявить многофакторное воздействие внешнего окружения на определение целей и стратегии организации в ее взаимодействии с этим окружением;
- показать проявления действия межличностных и групповых процессов, протекающих в организации и определяющих характер организационной культуры.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	Знать: содержание основных теорий, концепций, ключевых проблем и инструментов менеджмента. Уметь: анализировать ситуации и принимать управленческие решения в рекламной и PR-деятельности. Владеть: навыками реализации основных управленческих функций, применяемых в деятельности менеджера в области рекламы и связей с общественностью.;
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта; ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;	Знать: функции, основные методы и принципы PR-менеджмента. Уметь: учитывать факторы внешней среды организации при производстве и реализации коммуникационного продукта. Владеть: современным аналитическим инструментарием менеджмента.; Знать: стратегии руководства, принятия решений, формирования организационной культуры, управления персоналом в процессе разработки коммуникаицонного продукта. Уметь: находить организационно-управленческие решения и нести за них ответственность. Владеть: методами принятия решений и их реализации на практике.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
МОДЕЛИ И ПРАКТИКИ ЧТЕНИЯ: ИСТОРИЧЕСКИЕ ИЗМЕНЕНИЯ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Бакалавр
Шифр дисциплины (модуля)	ФТД.01
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Модели и практики чтения: исторические изменения составляет 2 ЗЕТ, 72 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

второй семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (34 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью дисциплины «Модели и практики чтения: исторический аспект» является формирование у обучающихся общих представлений о чтении как одной из базовых технологий цивилизации в его исторической изменчивости и развитие умения оценивать культурные и социальные трансформации в сфере чтения, происходящие в настоящее время и могущие произойти в будущем и соотносить с этим свою будущую профессиональную деятельность.

Задачами дисциплины в связи с этим являются следующие:

- приобретение знаний об основных этапах развития чтения в истории европейской цивилизации и теоретических взглядах на чтение российских и зарубежных ученых-гуманитариев;
- развитие умения осмысливать конкретные исторически и культурно обусловленные практики чтения в их причинно-следственной связи с развитием техники, культуры, общества, находить, систематизировать и обрабатывать информацию об этой сфере человеческой деятельности;
- выработка навыков применения основных положений и методов истории и социологии чтения при решении социальных и профессиональных задач; подбора, систематизации и презентации материалов по данной теме.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-4.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта;	Знает об исторической изменчивости стандартов, норм и технологических требований каналов трансляции коммуникационного продукта, о специфике современных практик чтения на фоне основных этапов развития чтения в европейской культуре. Умеет осуществлять редакторский анализ текстов различной стилевой и жанровой принадлежности с учетом целей, задач, условий общения, каналов передачи информации, исторически обусловленных развитием чтения как базовой культурной практики человечества. Владеет способностью применять нормы литературного языка и основы культуры речи для анализа текстов разных жанров; навыками подбора, систематизации и презентации материалов по данной теме, технологиями подготовки текстов для различных каналов трансляции коммуникационного продукта.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
МУЗЕЙ В КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЕ ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОГО ОБЩЕСТВА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.10
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Музей в коммуникационной системе постиндустриального общества составляет 2 ЗЕТ, 72 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (16 час.);

практические занятия (16 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (38 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Дисциплина «Музей в коммуникативной системе постиндустриального общества» предполагает формирование и развитие у студентов специальных умений и навыков – таких как: представление о музее как социо-культурном институте, его социальных функциях, истории становления и развития музеев, об основных направлениях деятельности современных музеев.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	знает: цели и функции музея как социо-культурного института, историю становления и развития музеев, основные направления деятельности современных музеев умеет: сформулировать цели и функции музея как социо-культурного института, основные направления деятельности современных музеев владеет: навыками определения функциий музея как социо-культурного института и сопоставления основных направлений деятельности современных музеев;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.30
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 5, 6 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, курсовая работа, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Организация и проведение коммуникационных кампаний составляет 6 ЗЕТ, 216 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
пятый семестр:
лекционная нагрузка (18 час.);
практические занятия (18 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (34 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
шестой семестр:
лекционная нагрузка (18 час.);
практические занятия (18 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (61 час.);
самостоятельная работа КРП (9 час. на подготовку, консультирование и защиту курсовой работы);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» - формирование и развитие у обучающихся специальных умений и навыков: создавать концепцию коммуникационных мероприятий в связи с поставленными задачаами, защищать ее, планировать структуру и отдельные события, составляющие этот комплекс, создавать сюжетный сценарий, учитывать факторы, влияющие на реализацию запланированного, мотивировать исполнителей, управлять логистическими структурами, оценивать угрозы и риски, управлять коммуникационными процессами, оценивать эффективность проведенного события как отдльно, так и в рамках кампании, а так же выбирать наиболее успешные стратегии ведения кампании с учетом полученной информации.

Задачи:
- приобретение знаний о коммуникационной кампании как сложной и динамичной системе, состящей из отдельных мероприятий; о ее особенностях и областях применения в рамках профессиональной деятельности;
- овладение навыками работать в разннобразных коммуникативных ситуациях, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;
- развитие умения продумывать концепцию, планировать сценарий, реализовывать и при нобходимости изменять его в ходе проведения, коммуникационной кампании.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1 Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ;	Знает: структуру и порядок планирования и проведения коммуникационных кампаний. Умеет: организовать собственную деятельность и (или) деятельность отдела рекламы и PR на различных этапах коммуникационной кампании. Владеет: совокупностью рациональных методов и творческих решений для достижения поставленных целей и задач.; Знает: различные подходы к планированию PR-кампании. Умеет: выстраивать ясный и логически строгий алгоритм кампании для наиболее эффективного достижения поставленных целей. Владеет: навыками создания образа субъекта кампании, а так же навыками взаимодействия с аудиторией; Знает: методы установления внутренней коммуникации, способы решения сложных и конфликтных ситуаций. Умеет% выстраивать коммуникацию в процессе разработки и реализации кампаний на различных уровнях управления. Владеет: приемами и навыками коммуникативной организации процессов в рамках организации и проведения кампании. ;

УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	УК-2.1 Определяет круг задач в рамках поставленных целей; УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; УК-2.3 Выбирает оптимальные способы решения задач, учитывая особенности профессиональной деятельности;	Знает: элементы структуры коммуникационных кампаний на разных этапах реализации. Умеет: адекватно оценивать имеющуюся информацию и коррелировать имеющиеся знания в свете поставленных целей. Владеет: методами и методиками проведения исследований в связи с поставленными задачами.; Знает: информационную, техническую, правовую и ресурсную базу, в рамках которой предстоит рекламная кампания. Умеет: ориентироваться в наличествующих ресурсах и информации. Владеет: методами оценки и распределения необходимых ресурсов в рамках проведения кампании. ; Знает: базовые структурные элементы коммуникационной кампании. Умеет: соотносить наличествующие возможности с поставленными целями и задачами и, при необходимости, привлекать дополнительные ресурсы. Владеет: навыками аналитического и логического мышления в динамично развивающейся ситуации.;
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывает особенности поведения и интересы других участников, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.; УК-3.2 Осуществляет разные виды коммуникации при работе команды; УК-3.3 Соблюдает нормы и правила командной работы, несет ответственность за результат;	Знает: важную роль психологической и коммуникативной эффективности в процессе разработки и реализации коммуникационной деятельности. Умеет: прогнозировать возможные сложности в процессе деятельности и находить способы их предотвратить. Владеет: навыками быстрого реагирования в нестандартных ситуациях для достижения максимально комфортной коммуникации.; Знает: структуру команды, занятой в организации и проведении кампании. Умеет: установить деловые связи на всех уровнях командной иерархии для организации продуктивной работы как всей команды, так и каждого из ее членов. Владеет: навыками работы в команде.; Знает: каналы поступления и распространения информации, необходимой для реализации кампании. Умеет: выстраивать профессиональные модели поведения на всех этапах взаимоотношений в рамках организации и проведения кампании. Владеет: профессиональным этикетом.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ КОММУНИКАЦИОННЫХ ОТДЕЛОВ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.07
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Организация работы коммуникационных отделов составляет 4 ЗЕТ, 144 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

шестой семестр:

лекционная нагрузка (32 час.);

практические занятия (28 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (4 час.);

самостоятельная работа (44 час.);

контроль (Экзамен) (36 час.).

Цель дисциплины – знакомство с современными принципами организации работы коммуникационных отделов (отделов рекламы и связей с общественностью) в коммерческой и некоммерческой сферах.

Задачи дисциплины:

- изучение работы рекламного подразделения компании и независимых рекламных агентств;
- приобретение практических навыков работы по отдельным направлениям деятельности отдела рекламы и СО;
- овладение методикой организации и оптимизации процесса совместной профессиональной деятельности людей в сфере рекламы и PR.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ;	Знать: основы тактического и стратегического планирования деятельности коммуникационных отделов с целью реализации мероприятий в рамках коммуникационной стратегии. Уметь: организовать деятельность коммуникативного отдела для достижения положительного результата. Владеть: навыками постановки стратегических и оперативных целей и задач для грамотной реализации коммуникационных мероприятий. ; Знать: особенности внутренних коммуникаций, необходимых для формирования корпоративной идентичности и корпоративной культуры. Уметь: осуществлять медиапланирование кампании, оценивать эффективность коммуникационных моделей, выполнять аналитические и организационные работы при подготовке коммуникационных программ. Владеть: навыками разрешения проблемных внутрикорпоративных ситуаций, принципами анализа различных коммуникативных ситуаций, базовыми навыками организации и управления эффективной коммуникационной деятельностью. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ЛОГИЧЕСКОЙ АРГУМЕНТАЦИИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.16
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Основы логической аргументации составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

четвертый семестр:

лекционная нагрузка (24 час.);

практические занятия (24 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (22 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Дисциплина «Основы логической аргументации» предполагает формирование у обучающихся представления о логике как науке о формах и законах правильного мышления и развитие необходимых для будущих специалистов по связям с общественностью навыков построения ясных, точных, непротиворечивых рассуждений и практических умений не допускать логических ошибок в рассуждениях и ситуациях коммуникации, при создании собственных текстов и правке чужих текстов.

Задачи изучения дисциплины включают:

- приобретение знаний о законах формальной логики, правилах аргументации и доказательства и сфере их применения в профессиональной деятельности; о смысле основных терминов и понятий логической науки;
- развитие умения применять на практике логические законы в сфере коммуникации и в профессиональной деятельности, формировать практические навыки логически правильного рассуждения;
- выработка навыков построения суждений с учетом методов формальной логики; использования методов и приемов логического анализа текста при создании текста а также для определения логической правильности чужого текста.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта;	Знать: законы формальной логики и сферу их применения в профессиональной деятельности; разнообразные языковые средства для обеспечения логической связности письменного и устного текста; приемы логического анализа при создании текста и определении логической правильности текста; Уметь: применять на практике логические законы в сфере коммуникации и в профессиональной деятельности; формировать практические навыки логически правильного рассуждения; создавать, анализировать и править тексты и документы, используемые в сфере связей с общественностью и рекламы, в соответствии с языковыми и логическими нормами и с учетом целей, задач, условий общения; Владеть: навыками использования методов и приемов логического анализа текста, технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности, а также навыками определения логической правильности чужого текста;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.07
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	общего и стратегического менеджмента
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Основы маркетинга составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

первый семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (16 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (36 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью изучения дисциплины «Основы маркетинга» – сформировать и развить знания, умения и навыки, необходимые выпускнику, освоившему настоящую программу бакалавриата, для нахождения маркетинговых организационно-управленческих решений и применения концепции социально-ответственного маркетинга.
Задачи: приобретение необходимых маркетинговых навыков работы:
- изучить современную трактовку методов и принципов маркетинга
- проанализировать структуру и содержание функций маркетинга на рубеже XX-XXI веков;
- рассмотреть современные маркетинговые подходы к основам управленческой деятельности;

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.;	знать: сущность и значение маркетинговых коммуникаций в деятельности организаций уметь: использовать достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью владеть: навыками создания эффективных текстов рекламы и связей с общественностью в процессе маркетинговой коммуникационной деятельности организаций ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.08
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	общего и стратегического менеджмента
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Основы менеджмента составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

первый семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (16 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (36 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Изучение дисциплины «Основы менеджмента» - сформировать и развить теоретические знания и навыки в области менеджмента, необходимые выпускнику, освоившему настоящую программу бакалавриата, а именно знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

Задачами курса является:
- рассмотрение организационно-правовых основ менеджмента и его технологии;
- изучение экономического механизма менеджмента;
- рассмотрение вопросов менеджмента и предпринимательской среды.
- планирование и организация деятельности различных подразделений предприятия.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;	Знать: - основы экономических знаний в менеджменте, - методы и подходы организации работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, - подходы к планированию и организации под контролем коммуникационных компаний и мероприятий Уметь: - использовать экономические знания в менеджменте организации, - использовать методы и подходы к организации работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, - планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия Владеть: - навыками применения экономических знаний в менеджменте организации, - навыками организации работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью, - методами планирования и организации под контролем коммуникационных кампании и мероприятий ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.18
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Основы профессиональной культуры составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

первый семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (34 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью данного курса является знакомство с теоретическими и практическими основами профессиональной культуры специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Задачи дисциплины:

- освоение технологий и методов управления своим временем для достижения поставленных целей;
- определение приоритетов собственной деятельности и личностного развития;
- выстраивание траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;
- понимание политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;
- овладение необходимым техническим оборудованием и программным обеспечением для осуществления профессиональной деятельности.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Уметь: учитывать в работе совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Владеть: навыками использования особенностей совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. ;
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение;	Знать: особенности технического оборудования и программного обеспечения, используемого для осуществления профессиональной деятельности. Уметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Владеть: навыками использования технического оборудования и программного обеспечения для осуществления профессиональной деятельности. . ;

УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.1. Использует технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей.; УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности и личностного развития.; УК-6.3. Выстраивает траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.;	Знать: технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей. Уметь: применять технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей. Владеть: навыками использования технологий и методов управления своим временем для достижения поставленных целей. ; Знать: приоритеты собственной деятельности и личностного развития. Уметь: определять приоритеты собственной деятельности и личностного развития. Владеть: навыками определения приоритетов собственной деятельности и личностного развития. ; Знать: пути выстраивания траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Уметь: выстраивать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. Владеть: навыками выстраивания траектории саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.19
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1, 2 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Основы теории коммуникации составляет 7 ЗЕТ, 252 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (30 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (52 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
второй семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (34 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (48 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель дисциплины - сформировать у обучающихся знания и представления об основных теоретических направлениях в рамках современной теории коммуникации, а также сформировать навыки использозвания теоретико-методологического аппарата современных теорий и концепций коммуникации.

Задачи дисциплины:
- сформировать знания концептуального аппарата теории коммуникации;
- сформировать знания основных направлений классических и современных теорий коммуникации;
- сформировать умения владения базовыми навыками интерпретации концептов, понятий и аналитических моделей в рамках теории коммуникации;
- проанализировать специфику современного этапа развития теории коммуникации.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.2 ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ;	Знать: основные теоретические традиции и подходы в рамках основ теории коммуникации, помогающие учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Уметь: использовать основные теоретические традиции и подходы в рамках основ теории коммуникации, помогающие учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов Владеть: навыками применения основных теоретических традиций и подходов в рамках основ теории коммуникации, помогающих учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов ;
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1 ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ;	Знать: основные теории коммуникации, анализирующие политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Уметь: использовать основные теории коммуникации, анализирующие политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях Владеть: навыками применения основных теорий коммуникации, анализирующих политические, экономические факторы, правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ;

ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1 ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью;	Знать: базовые теоретико-методологические концепции в рамках основ теории коммуникации, позволяющие выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Уметь: использовать базовые теоретико-методологические концепции в рамках основ теории коммуникации, позволяющие выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью Владеть: навыками применения базовых теоретико-методологических концепций в рамках основ теории коммуникации, позволяющих выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.31
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Основы управления проектами составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
седьмой семестр:
лекционная нагрузка (8 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (50 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель освоения дисциплины - научить студентов грамотно выстраивать работу по управлению проеками, которую необходимо сделать качественно за определённый промежуток времени.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование умений и навыков по планированию проекта и составлению графиков работы по его реализации;

- формирование умений и навыков командной работы;

- приобретение навыков по управлению рисками при реализации проекта.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ;	Знать: важнейшие принципы, функции и методы управления проектами. Уметь: определять цели, предметную область и структуры проекта; планирвть процесс реализации и управления проектами. Владеть: навыками применения различного инструментария в проектной деятельности.; Знать: порядок разработки и специффику реализации корпоративных проектов. Уметь: анализировать риски проекта и осуществлять выбор программных средств для решения основных задач управления корпоративным проектом. Владеть: навыками командной работы в корпоратиных проектах.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ОСНОВЫ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.01
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Основы художественной коммуникации составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

второй семестр:

лекционная нагрузка (24 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (28 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель курса – подготовить обучающихся к пониманию места и роли художественных коммуникаций в системе связей с общественностью для формирования способности к самоорганизации и самообразованию.

Задачи

- сформировать знание о специфике художественных коммуникаций, характере их влияния на массовые коммуникации, включая медиарилейшнз;
- дать представление о роли художественных коммуникаций в создании текстов рекламы и связей с общественностью;
- раскрыть потенциал художественных коммуникаций в формировании навыков литературного редактирования и копирайтинга.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	Знать принципы создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Уметь использовать средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Владеть аналитическими техниками и средствами художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПОЛИТОЛОГИЯ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.04
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	социологии и культурологии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Политология составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

пятый семестр:

лекционная нагрузка (16 час.);

практические занятия (14 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (40 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель: изучить структуру и функционирование политической системы общества, а также сформировать у обучающихся политологические знания и умения связывать их с общественно-политической практикой.
Задачи:
– ознакомить обучающихся с основами современной политической науки;
– изучить политическую систему общества в целом, а также составляющие ее политические институты, политические отношения и процессы.
– сформировать и развить у обучающихся общие представления о современной политике, а также умения и навыки анализировать политические события и явления на основе научного анализа.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития;	знать: структуру и особенности функционирования политических институтов уметь: анализировать политические институты, механизмы их функционирования и тенденции развития с точки зрения современной политической науки; владеть: навыками анализа политических институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития с точки зрения современной политической науки;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПРАВОВЕДЕНИЕ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.02
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	государственного и административного права
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Правоведение составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
третий семестр:
лекционная нагрузка (12 час.);
практические занятия (14 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (44 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель дисциплины - создать у обучаемых представление о системе российского права, выработать навыки разрешения возникающих при практической деятельности юридических проблем.

Задачи дсциплины -
-сформировать у студентов понимание системы и структуры права, предмета и метода правового регулирования его основных комплексныхотраслей
-привить им четкие знания об основных терминах российского права, а также об источниках российского права и их юридической силе
- привить студентам навыки анализа правоприменения нормативно-правовых актов
-научить их разрешать возникающие в практической деятельности юридические вопросы

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Определяет круг задач в рамках поставленных целей.; УК-2.2. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм.; УК-2.3. Выбирает оптимальные способы решения задач, учитывая особенности профессиональной деятельности.;	Знать правовые основы в сфере журналистской деятельности;; Уметь решать практически е задачи с использованием основ правовых знаний в сфере журналистской деятельности;; Владеть навыками использования основ правовых знаний в сфере журналисткой деятельности;
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывает особенности поведения и интересы других участников, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.; УК-3.2. Осуществляет разные виды коммуникации при работе команды.; УК-3.3. Соблюдает нормы и правила командной работы, несет ответственность за результат.;	Знать правовые нормы, регулирующие деятельность СМИ; Уметь анализировать правовые нормы, регулирующие деятельность СМИ; Владеть навыками применения правовых норм, регулирующих деятельности СМИ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.24
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	гражданского процессуального и предпринимательского права
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Правовое регулирование связей с общественностью и рекламы составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (14 час.);
практические занятия (10 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (46 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель дисциплины - создать у обучающихся представление об особенностях правового регулирования связей с общественностью и рекламы, выработать навыки разрешения возникающих при практической деятельности юридических проблем.

Задачи дисциплины:
- сформировать у обучающихся понимание предмета и метода правового регулирования связей с общественностью и рекламы;
- привить им четкие знания об основных терминах российского права в сфере связей с общественностью и рекламы, а также об источниках права в этих сферах и их юридической силе;
- привить обучающимся навыки анализа правоприменения нормативно-правовых актов;
- научить их разрешать возникающие в практической деятельности юридические вопросы.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;	знать: правовые нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникацион-ных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; уметь: определять правовые нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникацион-ных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; владеть: навыками применения правовых норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникацион-ных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ;
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.1 Знает принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности;	знать: принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; уметь: определять принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности; владеть: навыками использования принципов социальной ответственности, типовых эффектов и последствий профессиональной деятельности ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПРЕСС-СЛУЖБА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.03
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Пресс-служба составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

шестой семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (34 час.);

контроль (Экзамен) (36 час.).

Целью дисциплины «Пресс-служба» является формирование у обучающихся теоретического представления об пресс-службе и ее функциях, о современной системе пресс-службы, ее специфике и особенностях функционирования, а также об особенностях работы специалиста PR в этой сфере.

Задачи курса:

- приобретение знаний о структуре и принципах организации пресс-служб, о специфике работы пресс-служб в различных сферах общественной жизни;
- формирование умений в области планирования и организации деятельности пресс-служб, а также умений осуществлять под контролем профессиональные функции, соответствующие функциям работника пресс-службы.
- формирование способности готовить текстовые материалы различных жанров для публикации в СМИ и практических навыков делового общения специалиста по связям с общественностью как с представителями СМИ всех видов и уровней, так и в контексте внутрикорпоративных коммуникаций.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	Знать: основные профессиональные функции специалиста в области связей с общественностью в рамках пресс-службы; законодательную базу своей профессиональной деятельности; основные направления развития своей профессии; особенности информационной работы в различных сферах; законы создания текстов всех форм и типов; иметь представление о структуре и типологии современных СМИ Уметь: осуществлять под руководством основные профессиональные функции специалиста в области связей с общественностью в рамках пресс-службы, в том числе: искать и находить необходимую информацию; обрабатывать информацию исходя из решаемых конкретных задач; создавать PR- и журналистские тексты. Владеть: навыками составления под руководством специалиста официальных PR-документов для раз-личных субъектов в различных сферах и отраслях PR; навыка-ми организации под руководством специалиста работы пресс-службы, конкретными приемами создания текстов всех форм и жанров;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПСИХОЛОГИЯ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.05
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	социальной психологии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Психология составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
лекционная нагрузка (18 час.);
практические занятия (22 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (30 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Целью освоения дисциплины (модуля) является обеспечение бучающихся основами психологической науки.
Задачи дисциплины (модуля):
- Формирование основных психологических понятий.
- Формирование основ психологической культуры.
- Пробуждение устойчивого интереса к психологической науке и психологической литературе.
- Получение представления о составе, структуре и функциях познавательных процессов;
- Формирование представления о механизмах функционирования сознания.
- Формирование представления о механизмах возникновения эмоции, чувств, потребностей, мотивов, эмоциональных и психических состояний
- Ознакомление с общепсихологическим подходом к анализу структуры и динамики личности.
- Анализ различных концепции формирования и развития личности.
- Изучение методов исследования личности.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.1 Использует технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей; УК-6.2 Определяет приоритеты собственной деятельности и личностного развития.; УК-6.3 Выстраивает траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.;	Знает технологии и методы тайм –менеджмента для достижения поставленных целей. Умеет использовать технологии и методы тайм-менеджмента для достижения поставленных целей. Владеть навыками тайм-менеджмента для достижения поставленных целей.; Знать психологические принципы деятельности и развития личности. Уметь выстраивать приоритеты собственной деятельности и личностного развития. Владеть навыками построения приоритетов собственной деятельности и личностного развития.; Знает стратегию личного психологического развития и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни. Умеет выстраивать стратегию личного психологического развития и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни. Владеть опытом психологического саморазвития и личностного роста на основе принципов образования в течение всей жизни.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.29
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Психология рекламы и связей с общественностью составляет 2 ЗЕТ, 72 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (16 час.);

практические занятия (16 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (38 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся систему знаний и умений в сфере психологии рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

Познакомить с особенностями восприятия рекламы разными группами потребителей, со способами психологического воздействия рекламы на человека.

Научить анализировать рекламный и PR-продукт в аспекте использования методов и инструментов психологического воздействия на потребителя.

Сформировать навыки использования методов и инструментов психологического воздействия на потребителя при создании рекламного и PR-продукта.

Сформировать навыки оценивания психологической эффективности рекламного и PR-воздействия.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп.; ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ;	Знать методы психологической экспертизы рекламного и PR-продукта. Уметь использовать методы психологической экспертизы рекламного и PR-продукта. Владеть навыками оценивания психологической эффективности рекламного и PR-воздействия. ; Знать основные методы и инструменты психологического воздействия на разные группы потребителей. Уметь анализировать рекламный и PR-продукт в аспекте использования методов и инструментов психологического воздействия на потребителя. Владеть навыками разработки рекламного и PR-продукта, используя методы и инструменты психологического воздействия на разные группы потребителей. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РАБОТА С ТЕКСТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.17
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2 курсы, 2, 3 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью составляет 4 ЗЕТ, 144 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

второй семестр:

практические занятия (34 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (36 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);

третий семестр:

практические занятия (32 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (38 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель курса - формирование представления о жанрово-стилистических особенностях текстов, функционирующих в сфере рекламы и связей с общественностью; формирование практических навыков экспертной оценки рекламных и RP-текстов; знакомство с современными технологиями создания текстов, предназначенных для функционирования в сфере маркетинговых коммуникаций.

Задачи:

- изучение центральных элементов фирменного стиля;
- овладение методикой оценки и создания коммерческих наименований и слоганов;
- ознакомление с основными приемами коммуникативного воздействия в текстах рекламы и связей с общественностью;
- овладение методикой экспертного анализа коммуникативной эффективности рекламного и RP-текста;
- приобретение навыков создания разных типов рекламных и RP-текстов.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1 Осуществляет редактирова-ние текстов рекламы и связей с общественно-стью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологичес-кими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта; ПК-4.2 Контролирует соответствие формата коммуникации-онного продукта медиаконцеп-ции канала;	Знать: основы редактирования текстов рекламы и связей с общественно-стью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими ребованиями каналов трансляции коммуникацион-ного продукта. Уметь: осуществлять редактирование текстов рекламы и связей с общественно-стью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологичес-кими требованиями каналов трансляции коммуникаци-онного продукта. Владеть: навыками редактирования текстов рекламы и связей с общественно-стью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологически-ми требованиями каналов трансляции коммуникацион-ного продукта; Знать: особенности формата коммуникациионного продукта, обусловленные медиаконцепцией канала Уметь: осуществлять контроль соответствия формата коммуникациионного продукта медиаконцепции канала Владеть: навыками контроля соответствия формата коммуникации-онного продукта медиаконцепции канала;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РЕПУТАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.09
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Репутационный менеджмент составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
пятый семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (28 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (18 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель дисциплины «Репутационный менеджмент» выработать у обучающихся представление о деловом имидже компании, навыки анализа деловой репутации и владение технологиями управления корпоративной репутацией.

Задачи:
- выработка навыка анализа репутаций и имиджа компаний и конкретных персон;
- обучение технологиям создания эффективной внешней и внутренней коммуникационной инфраструктуры фирмы, организации;
- овладение навыками планирования и организации мероприятий по улучшению репутации коммерческих и общественных организаций, а также публичных фигур

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью; ПК-1.2. Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии;	знать:факторы, определяющие репутацию организации в публичном пространстве и способы ее формирования и коррекции уметь: планировать и организовать комплекс мероприятий по улучшению репутации коммерческих и общественных организаций, а также публичных фигур владеть:навыками анализа репутации организации и оценки эффективности мер по ее улучшению ; знать: принципы построения коммуникативной структуры коммерческой и общественных организаций различного типа уметь: организовать эффективную коммуникацию коммерческой и общественной организации в целях улучшения ее внешней и внутренней репутации владеть: навыками управления и оценки эффективности внешней и внутренней репутации коммерческой и общественной ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЕ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.26
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2, 3 курсы, 2, 3, 4, 5 семестры
Форма промежуточной аттестации	экзамен, зачет, зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе составляет 15 ЗЕТ, 540 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
второй семестр:
лекционная нагрузка (16 час.);
практические занятия (22 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (68 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.);
третий семестр:
лекционная нагрузка (16 час.);
практические занятия (22 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (68 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (16 час.);
практические занятия (22 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (68 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
пятый семестр:
лекционная нагрузка (16 час.);
практические занятия (22 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (104 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель дисциплины – совершенствование коммуникативной компетентности обучающихся посредством выработки представлений о коммуникативно-функциональном статусе русского языка в современном мире и о новых аспектах изучения явлений языка и речи, овладения навыками результативного общения с деловыми партнёрами в сферах рекламы и связей с общественностью, психологически грамотного речевого поведения в конфликтной ситуации.

Задачи дисциплины:
- формирование знаний о структуре и закономерностях функционирования фонетической, лексической, словообразовательной, морфологической и синтаксической систем русского языка;
- овладение нормами русского языка (орфоэпическими, лексическими, орфографическими, пунктуационными, грамматическими);
- знакомство с видами лингвистического анализа языковых единиц;
- знакомство с особенностями функционирования языковых единиц разных уровней в текстах рекламы и связей с общественностью;
- формирования навыка профессиональной оценки различных языковых явлений, характерных для сферы рекламы и связей с общественностью;
- знакомство с основами делового общения как интенсивно развивающегося вида речевой деятельности, формирование системы знаний теории деловых коммуникаций;
- осознание социально-психологических и лингвистических особенностей взаимодействия людей в сфере рекламы и связей с общественностью;
- овладение техникой успешного делового общения в сфере рекламы и связей с общественностью (устного и письменного, вербального и невербального);
- овладение методикой организации и оптимизации процесса совместной профессиональной деятельности людей в сфере рекламы и связей с общественностью;
- активизация процесса самопознания, повышение самооценки, формирование мотивации личной успешности.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нор-мами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ;	Знать: - структуру и закономерности функционирования в профессиональной сфере фонетической, лексической, слово-образовательной, морфологической и синтаксической си-стем русского языка; - виды лингвистиче-ского анализа языко-вых единиц (фоне-тического, семанти-ческого, морфемно-го, словообразова-тельного, морфоло-гического, синтакси-ческого). Уметь осуществлять лингвистический анализ языковых единиц (фонетиче-ский, семантическо-го, морфемный, сло-вообразовательный, морфологический, синтаксический) в устной и письмен-ной коммуникации в профессиональной деятельности. Владеть приёмами лингвистического анализа языковых единиц фонетиче-ского, семантическо-го, морфемного, сло-вообразовательного, морфологического, синтаксического уровня в устной и письменной комму-никации в профес-сиональной деятель-ности. ; Знать основы литературной правки текстов рекламы и связей с общественностью в соответ-ствии с нормами современного русского языка (орфоэпическими, орфографическими, пунктуационными, лексическими, грам-матическими). Уметь: - анализировать язы-ковые явления, свойственные уст-ной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности; - применять базовые навыки литератур-ной правки текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с нор-мами современного русского языка (ор-фоэпическими, ор-фографическими, пунктуационными, лексическими, грам-матическими). Владеть: - приёмами лингвистического анализа языковых явлений, свойственных устной и письменной коммуникации в профессиональной деятельности; - базовыми навыка-ми литературной правки текстов ре-кламы и связей с общественностью в соответствии с нор-мами современного русского языка (орфоэпическими, орфографическими, пунктуационными, лексическими, грамматическими). ;

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	Знать: - виды лингвистических словарей и информационно-справочных ресурсов; - принципы создания текстов рекламы и связей с обществен-ностью с соблюде-нием норм совре-менного русского языка (орфоэпиче-ских, орфографиче-ских, пунктуацион-ных, лексических, грамматических); - принципы подго-товки и ведения де-ловой документации в профессиональной сфере рекламы и связей с обществен-ностью. Уметь: - использовать линг-вистические словари и информационно-справочные ресурсы; - создавать тексты рекламы и связей с общественностью с соблюдением норм современного рус-ского языка (орфо-эпических, орфогра-фических, пунктуа-ционных, лексиче-ских, грамматиче-ских); - вести деловую до-кументацию в про-фессиональной сфе-ре рекламы и связей с общественностью. Владеть: - навыком использо-вания лингвистиче-ских словарей и ин-формационно-справочных ресур-сов; - техникой создания текстов рекламы и связей с обществен-ностью с соблюде-нием норм совре-менного русского языка (орфоэпиче-ских, орфографиче-ских, пунктуацион-ных, лексических, грамматических); - навыками подго-товки и обработки деловых документов и ведения деловой документации в профессиональной сфере рекламы и связей с общественностью. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РЕЧЕВОЙ ЭТИКЕТ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.02.02
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Речевой этикет составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (14 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (38 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Основной целью курса «Речевой этикет» является формирование у обучающихся базовых знаний о сущностных понятиях как речевого этикета в целом, так и его конкретных реализаций в дискурсе русской речевой культуры, его целях, методологии и понятийно-терминологическом аппарате; формирование системного представления о структуре культуры общения.

Задачи дисциплины:

- формирование системы знаний теории речевой коммуникации;
- осознание социально-психологических и лингвистических особенностей речевого взаимодействия людей;
- овладение техникой успешного общения (устного и письменного, вербального и невербального) в различных коммуникативных сферах и ее совершенствование;
- активизация процесса самопознания, повышение самооценки, формирование мотивации личной успешности.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	УК – 4.1. Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.; УК – 4.3. Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).;	Знает особенности русского речевого этикета в различных сферах делового общения, в том числе в письменной коммуникации, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы. Умеет выбирать наиболее уместные средства русского речевого этикета для эффективной деловой коммуникации, в том числе в письменной форме, включая текстовую рекламную продукцию. Владеет навыками выбора наиболее уместных средств русского речевого этикета для эффективной деловой коммуникации, в том числе в письменной форме, включая текстовую рекламную продукцию. ; Знает стратегию и тактику подготовки и реализации деловой беседы, переговоров; принципы анализа и составления основных видов документов. Умеет устанавливать и развивать деловые контакты; анализировать и составлять основные виды документов. Владеет навыками эффективного ведения деловой беседы, переговоров, анализа и составления основных видов документов. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
РУССКИЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.10
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Русский язык в профессиональной деятельности составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
лекционная нагрузка (12 час.);
практические занятия (14 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (44 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель дисциплины – формирование и развитие у обучающихся навыков и умений рационального и эффективного речевого поведения

Задачи дисциплины:
-формирование системного представления о структуре и формах современного русского языка, о культуре речи;
-закрепление и совершенствование навыков владения нормами русского литературного языка;
-овладение навыками анализа и создания текстов различной стилевой принадлежности;
-повышение коммуникативной культуры.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	УК-4.1. Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.;	Знать: принципы осуществления деловой коммуникации, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.Уметь: осуществлять деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. Владеть: опытом осуществления деловой коммуникации, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.;
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.	УК-5.1. Демонстрирует понимание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте.;	Знать: положение о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. Уметь: демонстрировать понимание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. Владеть: опытом демонстрации понимания межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СЕМИОТИКА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.02.03
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Семиотика рекламы и связей с общественностью составляет 2 ЗЕТ, 72 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (14 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (38 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель дисциплины «Семиотика рекламы и связей с общественностью» - сформировать у студентов представления о семиотических основаниях коммуникации в сфере рекламы и PR, расширить знания о рекламе как об эстетическом социальном феномене.

Задачи дисциплины:

- знакомство с категориями и принципами семиотики, с семиотическим подходом к изучению рекламы и PR;
- изучение семиотической роли языковых и визуальных средств в рекламной и PR коммуникации;
- развитие практических навыков семиотического анализа продукции рекламы и PR;
- развитие навыков коммуникации в сфере рекламы и PR в устной и письменной формах.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	4.1 Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия; 4.2 Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации; 4.3 Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах);	Знать: семиотическую специфику коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в соответствии с основными категориями и принципами семиотики Владеть: нормами устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия ; Знать: современные информационно-коммуникативные технологии, используемые в процессе деловой коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь: использовать современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации Владеть: навыками управления эффективной коммуникационной деятельностью в процессе деловой коммуникации ; Знать: особенности внутренних и внешних коммуникаций, необходимые для обмена деловой информацией в устной и письменной формах Уметь: осуществлять обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) Владеть: навыками коммуникации Планируемые результаты освоения образовательной программы (компетенции обучающихся) определяются требованиями стандарта по направлению подготовки (специальности) и формируются в соответствии с матрицей компетенций образовательной программы. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю) - знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности формируются в соответствии с индикаторами достижения компетенций и результатами освоения образовательной программы (таблица 1). Таблица 1. 1. ПЕРЕЧЕНЬ КОМПЕТЕНЦИЙ С УКАЗАНИЕМ ЭТАПОВ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ Паспорт фонда оценочных средств Перечень оценочных средств дисциплины (модуля) Планируемые образовательные результаты Этапы формирования компетенции Способ формирования компетенции Оценочное средство Шифр компетенции Наименование компетенции Шифр и наименование индикатора УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) УК-4.1. Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия Знать: семиотическую специфику коммуникации в сфере рекламы и связей с общественностью Уметь: осуществлять деловую коммуникацию в соответствии с основными категориями и принципами семиотики Владеть: нормами устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия Тема 1. 1. История развития семиотики Тема 1.2. Понятия и принципы семиотики. Тема 1.3. Знак как основное понятие семиотики. Классификации знаков. Тема 1.4. Семиотика устной и письменной коммуникации. Коммуникация и ее типы. Язык как основная семиотическая система Тема 1.4.

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СЕТЕВЫЕ ЖАНРЫ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.03.02
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Сетевые жанры составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
седьмой семестр:
лекционная нагрузка (12 час.);
практические занятия (24 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (34 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Целью дисциплины «Сетевые жанры» является формирование и развитие у обучающихся представления о специфике СМК в информационном обществе, системе жанров интернет-журналистики и возможностях использования специфических средств сетевых жанров в собственных профессиональных целях.
Задачи:
- приобретение знаний в области интернет-журналистики, общих законов функционировании интернета как информационной среды и специфики информации, распространяемую по каналам интернет-СМИ и СМК.
- формирование умений применять полученные знания, участвуя в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, в проведении мероприятий по продвижению товаров и услуг на рынок;
- формирование способности организовывать подготовку к выпуску, производство и распространение рекламной продукции в интернет-изданиях различной направленности

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1. Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта; ПК-4.2. Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала;	Знать: типы текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, основы литературного редактирования, в частности, основные приемы, принципы и методику редактирования текстов различной жанрово-стилистической принадлежности; основные требования к текстам, предназначенным для различных типов медиа; специфику редактирования текстов печатных и ИнтернетСМИ, радио и телевидения. Уметь: осуществлять редакторский анализ текстов различной стилевой и жанровой принадлежности и редакторскую правку текстов разного вида (в том числе текстов и документов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы), создавать и править тексты разных жанров с учетом целей, задач, условий общения, каналов передачи информации. Владеть: основными правилами и принципами литературного редактирования как системы рациональных приемов работы над текстом; технологиями самостоятельной подготовки текстов различной жанрово-стилистической принадлежности; навыками подготовки текстов для сети Интернет как специфического канала трансляции коммуникационного продукта. ; Знать: основные положения теории коммуникации применительно к сети интернет, специфику и возможности Интернета как коммуникационной среды, понятийный аппарат интернет-журналистики; актуальные сетевые жанры и принципы их функционирования. Уметь: осуществлять анализ конкретных сетевых жанров с точки зрения организации информации, принципов взаимодействия с пользователями, правовых аспектов, роли в структуре СО; использовать тексты сетевых жанров в организации и проведении рекламных и PR-кампаний; Владеть: технологиями создания и подбора текстов, используемых в сфере связей с общественностью и рекламы, с учетом особенностей функционирования интернет-СМИ и конкретных задач связей с общественностью; принципами взаимодействия со СМИ, навыками работы в пресс-службе;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СОЦИОЛОГИЯ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.03
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	социологии и культурологии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Социология составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

второй семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (16 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (36 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель дисциплины - формирование системы знаний о социологической науке, ее теоретических основах, истории развития, современных взглядах на общество и закономерности его развития, умений и навыков анализа результатов социологических исследований для изучения общественного мнения и поведения потребителей

Задачи дисциплины:

- дать представление об основных этапах развития социологической мысли и современных направлениях социологической теории;
- ознакомить студентов с разнообразием социальных институтов и групп, обеспечивающих воспроизводство общественных отношений;
- рассмотреть культурно-исторические типы неравенства и стратификации, понятие и виды социальной мобильности;
- охарактеризовать основные критерии стратификации современного общества – гендерные, этнические, возрастные и др.
- познакомить с методами социологического исследования общественного мнения и поведения потребителей.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;	знать: возможности социологических исследований для анализа общественного мнения и поведения потребителей; уметь: выявлять запросы и потребности различных социальных групп; владеть: навыками использования методики и техники проведения опросов общественного мнения и фокус-групп в маркетинговых исследованиях. ;
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Анализирует поставленную задачу и осуществляет поиск информации для ее решения.; УК-1.2 Применяет методы критического анализа и синтеза при работе с информацией.; УК-1.3 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп;	знать: теоретико-методологические основы социологии, классические и современные теории социальной стратификации уметь: анализировать отношения между социальными группами, различающимися по стратификационным критериям владеть: навыками поиска открытых баз данных с результатами социологических исследований. ; знать: теоретические методы социологии; уметь: отличать научно обоснованные выводы от обыденных представлений владеть: навыками применения социологических теорий для выделения и описания социальных проблем ; знать: опыт решения профессиональных задач с использованием результатов социологических исследований; уметь: применять системный подход к анализу проблемной ситуации; владеть: приемами обоснования решения профессиональной задачи ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СОЦИОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.28
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Социология рекламы и связей с общественностью составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
шестой семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (22 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (28 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель дисциплины - сформировать у обучающихся знания и представления об основных теоретических направлениях в рамках социологии рекламы и связей с общественостью, а также сформировать навыки использозвания теоретико-методологического аппарата современных теорий и концепций социологии рекламы и связей с общественностью..

Задачи дисциплины:
- сформировать знания концептуального аппарата социологии рекламы и связей с общественостью;
- сформировать знания основных направлений классических и современных теорий в рамках социологии рекламы и связей с общественостью;
- сформировать умения владения базовыми навыками интерпретации концептов, понятий и аналитических моделей в рамках социологии рекламы и связей с общественостью;
- проанализировать специфику современного этапа развития социологии рекламы и связей с общественостью.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ; ОПК-4.2 ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ;	знать: основные теоретико-методологические подходы в рамках социологии рекламы и связей с общественностью, позволяющие обобщать и интерпретировать социологические данные, отражающие запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп; уметь: использовать основные теоретико-методологические подходы в рамках социологии рекламы и связей с общественностью, позволяющие обобщать и интерпретировать социологические данные, отражающие запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп; владеть: навыками применения основных теоретико-методологических подходов в рамках социологии рекламы и связей с общественностью, позволяющих обобщать и интерпретировать социологические данные, отражающие запросы и потребности общества и отдельных аудиторных групп ; знать: базовый методологический аппарат социологии рекламы и связей с общественностью, обеспечивающий использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывающий основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; уметь: использовать базовый методологический аппарат социологии рекламы и связей с общественностью, обеспечивающий использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывающий основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов; владеть: навыками применения базового методологического аппарата социологии рекламы и связей с общественностью, обеспечивающего использование основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывающий основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СПЕЦСЕМИНАР ПО РЕКЛАМЕ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.01.02
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Спецсеминар по рекламе составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лабораторные работы (36 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (70 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью изучения курса «Спецсеминар по рекламе» является ознакомление студентов с теоретическими основами научно-исследовательской работы.

Задачи:

- ознакомление с основными видами и жанрами научной деятельности: рецензированием, реферированием, оппонированием, тезированием;
- формирование навыков сбора библиографического материала по теме исследования;
- обучение методике сбора, паспортизации и классификации фактического материала;
- формирование понятия о методах и методиках исследования рекламного текста;
- отработка практических навыков анализа фактического материала;
- обучение приемам разработки композиции и создания текста научного исследования;
- формирование навыков публичного выступления по теме научного исследования.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;	Знать: принципы и способы создания текстов рекламы и связей с общественностью, включая графические, рабочие и презентационные материалы, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Уметь: использовать знания о принципах и способах создания текстов рекламы и связей с общественностью, включая графические, рабочие и презентационные материалы, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Владеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, включая графические, рабочие и презентационные материалы, с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.; Знать: инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде. Уметь: использовать знания об инструментах трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде. Владеть: навыками трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.;

ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта; ПК-4.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала;	Знать: приемы редакторской правки текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта. Уметь: использовать приемы редакторской правки текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта. Владеть: навыками редакторской правки текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта.; Знать: способы контроля за соответствием формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала. Уметь: использовать знания о способах контроля за соответствием формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала. Владеть: навыками контроля за соответствием формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СПЕЦСЕМИНАР ПО СВЯЗЯМ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.01.01
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Спецсеминар по связям с общественностью составляет 3 ЗЕТ, 108 час..

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лабораторные работы (36 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (70 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель: формирование знаний об основных этапах проведения актуальной исследовательской или проектной работы в рамках подготовки ВКР, умение проводить оригинальное (авторское) исследование и/или проектирование, владение навыками составление, редактирования и знание правил размещения авторского текста, необходимого для проведения PR-кампаний и PR-проектирования,

Задачи:

- формирование знаний об основных этапах проведения акутальной исследовательской или проектной работы по рекламе и/или связям с общественностью;
- формирование навыков самостоятельного поиска информации о отечественном и зарубежном опыте PR-проектирования;
- владение навыками создания инфоповодов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью и выбора инструментов транслирования актуальной информации;
- формирование умений составления и редактирования оригинального текста в зависимости от канала передачи информации.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; ПК-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;	Знать: правила создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь: самостоятельно искать информацию о правилах создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть: навыками творческого применения технологий создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью при проведении самостоятельной исследовательской и/или проектной работы.; Знать: инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде. Уметь: использовать инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде при проведении самостоятельного исследования и/или проектирования. Владеть: навыками выбора и обоснования выбора канала продвижения PR-информации в оффлайн и онлайн среде при проведении самостоятельного исследования и/или проектирования в процессе подготовки ВКР.;
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта; ПК-4.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала;	Знать: принципы редактирования текстов в соответствии с языковыми нормами, стандартами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта. Уметь: использовать принципы редактирования текстов в соответствии с языковыми нормами, стандартами при подготовке текста ВКР. Владеть: навыками трансляции коммуникационного продукта при подготовке текста ВКР.; Знать: требования различных медиаканалов к форматам коммуникационного продукта. Уметь: подбирать формат разрабатываемого в ВКР коммуникационного продукта в соответствии с концепцией медиаканала. Владеть:навыками создания в рамках проводимого самостоятельного исследования и/или проектирования коммуникационного продукта, в соответствии с медиаконцепцией выбранного канала. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СПИЧРАЙТИНГ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.12
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Спичрайтинг составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (18 час.);

практические занятия (32 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (56 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель освоения дисциплины «Спичрайтинг» - сформировать коммуникативную компетентность обучающихся; повысить уровень владения речью, научить обучающихся свободно пользоваться разнообразными языковыми средствами в различных коммуникативно-речевых условиях, и прежде всего в непосредственной профессиональной деятельности.
Задачи дисциплины:

- сформировать умение логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь;
- углубить теоретическую подготовку обучающихся;
- сформировать общекультурные, универсальные (общенаучные, социально-личностные, инструментальные) и профессиональные компетенции в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данному направлению подготовки.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта;	Знать специфику спичрайтинга как профессии и как науки; правила продуцирования текстов разных жанров с учетом специфики каналов коммуникации Уметь выстраивать речь в соответствии с языковыми, коммуникативными и этическими нормами, с учётом особенностей языковой личности спикера и каналов коммуникации Владеть навыками создания текстов публичных выступлений в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом языковой личности спикера, специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ; Знать особенности публичного представления кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь, применять творческие решения в публичном представлении кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Владеть навыками организации публичных выступлений для представления кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью; навыками подготовки спикеров к выступлениям. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
СТИЛИСТИКА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.14
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 5 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Стилистика составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
пятый семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (28 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (18 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цели дисциплины: «Стилистика» ознакомить обучающихся с вопросами стилистической дифференциации языковых средств, дать понятие о речевых стилях, показать наиболее целесообразное использование синонимических вариантов, привить навыки обоснованного их выбора, содействовать повышению речевой культуры.
Задачи изучения дисциплины: ознакомить обучающихся с теоретическими основами учения о стилистике, культуре речи, риторике; дать характеристику функциональных стилей речи и основных жанровых разновидностей текстов; ознакомить с основными понятиями стилистики языковых средств, с уместным использованием единиц с функционально-стилевой и эмоционально-экспрессивной окраской в речи; усвоить знания о коммуникативных качествах речи (правильность, чистота, богатство, точность, логичность, краткость, ясность, выразительность, уместность) на функционально-стилистической основе; выработать у обучающихся навыки стилистического анализа текста.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК-4.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта;	Знать: структуру и закономерности функционирования стилистических норм русского языка. Уметь: составлять и анализировать тексты разных стилей и жанров в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта Владеть: опытом анализа, создания и редактирования текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.22
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 3, 4 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Теория и практика медиакоммуникаций составляет 5 ЗЕТ, 180 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
третий семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (34 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (12 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (34 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель курса – подготовить обучающихся к пониманию места и роли медиакоммуникаций в системе связей с общественностью для формирования осознанной гражданской позиции.
Задачи
- сформировать знание о специфике медиакоммуникаций, основных этапах и закономерностях развития медиакоммуникаций, типологии и инфраструктуре медиакоммуникаций;
- дать представление о роли информации в развитии современного информационного общества и доктрине информационной безопасности;
- познакомить с идейно-теоретическими концепциями медиа и медиажанрами и привить практические навыки в сфере журналистского творчества для планирования и организации под контролем коммуникационных кампаний и мероприятий.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; ПК-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;	Знать мировой и отечественный опыт кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью. Уметь применять творческие решения при создании информационных поводов создания с учетом мирового и отечественного опыта. Владеть техрологиями создания информационных поводов для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью.; Знать основные инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде. Уметь применять инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде. Владеть навыками создания инструментов трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.21
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2 курсы, 2, 3, 4 семестры
Форма промежуточной аттестации	экзамен, зачет, курсовая работа, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Теория и практика рекламы составляет 10 ЗЕТ, 360 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
второй семестр:
лекционная нагрузка (22 час.);
практические занятия (24 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (24 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.);
третий семестр:
лекционная нагрузка (22 час.);
практические занятия (24 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (24 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (24 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (89 час.);
самостоятельная работа КРП (9 час. на подготовку, консультирование и защиту курсовой работы);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель курса «Теория и практика рекламы» предполагает формирование у обучающихся системы знаний о рекламной деятельности и ее роли в современных коммуникационных потоках, о современных технологиях рекламного воздействия и истории их развития.
Задачи:
- уяснить основополагающие понятия, определения, теоретические подходы, место и значение рекламы в системе маркетинговых коммуникаций;
- познакомиться с основными концепциями и методами разработки рекламной продукции;
- изучить технологии создания креативного, продающего рекламного продукта;
- приобрести умение определять особенности объекта продвижения, целевой аудитории, разработки позиционирования объекта продвижения с учетом конкурентной среды и ожиданий целевой аудитории;
- дать характеристику различным средствам распространения рекламы и их особенностям;
- приобрести навыки планирования, разработки, проведения и оценки эффективности рекламной кампании;
- рассмотреть роли и функции основных участников и составляющих рекламного процесса;
- получить представление об особенностях рекламной деятельности в различных сферах общественной жизни;
- выработать навыки практического применения полученных знаний по управлению современными рекламными кампаниями;
- определить роль и значение рекламы в современном обществе.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем;	Знать: отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформУметь: выявлять отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформВладеть: навыками выявления отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.; Знать: теоретические и практические основы подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых системУметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых системВладеть: навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, систем;
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	Знать: принципы соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных группУметь: соотносить социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных группВладеть: навыками соотнесения социологических данных с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; Знать: основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктовУметь: использовать основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктовВладеть: навыками использования основных инструментов поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.;
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение; ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	Знать: принципы отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспеченияУметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечениеВладеть: навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения; Знать: приемы работы с современными цифровыми устройствами, платформами и программным обеспечением на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.Уметь: применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктовВладеть: навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;	Знать: теорию и практику создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опытаУметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опытаВладеть: навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта;
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами;	Знать: основные технологии мониторинга обратной связи с разными целевыми группамиУметь: осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группамиВладеть: навыками осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.20
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2 курсы, 2, 3, 4 семестры
Форма промежуточной аттестации	экзамен, зачет, экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Теория и практика связей с общественностью составляет 9 ЗЕТ, 324 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
второй семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (20 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (26 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.);
третий семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (20 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (62 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (24 час.);
практические занятия (20 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (26 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Цель: изучение основ связей с общественностью в разных сферах; формирование знаний и умений, позволяющих осуществлять деятельность в отделах рекламы и связей с общественностью, создавать тексты рекламы и тексты в области СО, планировать и проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия, осуществлять планирование и контроль рекламной деятельности и деятельности в сфере СО, конструировать мероприятия по продвижению товаров и услуг, повышению имиджа, оценивать эффективность рекламной деятельности и деятельности в сфере СО.

Задачи:
-рассмотреть понятие паблик рилейшнз в историческом аспекте и среди других деятельностей по управлению коммуникациями; -познакомится с понятием RACE – ROISIE как понятием глобального подхода к PR;
-рассмотреть виды анализа при построении коммуникаций в сфере СО (социологический, медиаметрический, социально-психологический, повторный, исследования эффективности и др.);
-сформировать представление о связи и о различиях в объемах понятий имиджа, бренда, фирменного стиля;
-познакомится с рабочими форматами PR-деятельности при планировании PR-мероприятий;
-рассмотреть технологии производства информационных материалов и техники управления информацией и конструирования новостей; -осветить основы антикризисного PR;
-рассмотреть особенности PR-деятельности в экономических, социальных, политических, экологических компаниях;
-рассмотреть особенности организации PR-службы и фирмы.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ; ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ;	Знать отличительные особенности медиатекстов Уметь выявлять отличительные особенности медиатекстов Владеть навыком выявления отличительных особенностей медиатекстов ; Знать, как осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами знаковых систем. Уметь осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами знаковых систем. Владеть навыком подготовки текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с нормами знаковых систем. ;
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.1 Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп; ОПК -4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ;	Знать, как использовать результаты социологических исследований Уметь использовать результаты социологических исследований Владеть навыком использования результаты социологических исследований ; Знать основные инструменты поиска информации и как они соотносятся с запросами ЦА Уметь использовать основные инструменты поиска информации, используя знания об их соотношении с запросами ЦА Владеть навыком использования основных инструментов поиска информации, учитывая как они соотносятся с запросами ЦА ;
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК -2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; ПК-2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;	Знать, как создавать информационные поводы для кампаний и коммуникационных проектов Уметь создавать информационные поводы для кампаний и коммуникационных проектов Владеть навыком создания информационных поводов для кампаний и коммуникационных проектов ; Знать, как создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий Уметь создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий Владеть навыком создания основ сценариев специальных событий и мероприятий ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ТЕОРИЯ ТЕКСТА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.06
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Теория текста составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
четвертый семестр:
лекционная нагрузка (20 час.);
практические занятия (28 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (58 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель дисциплины - формирование у обучающихся общих представлений о семантической, структурной, эмотивной, коммуникативной, концептуальной организации текста.

Задачи дисциплины:
- формирование знаний о современных подходах и направлениях в изучении текста;
- формирование практических навыков филологического анализа текстов разных жанров.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта	ПК-2.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта.;	Знать: специфику различных типов текстов, их категории и социальные функции, особенности структурной, семантической, коммуникативной организации текстов рекламы и связей с общественностью. Уметь: создавать тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. Владеть: навыками интерпретации и создания текстов рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
УГЛУБЛЕННЫЙ КУРС ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.21
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	английской филологии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Углубленный курс иностранного языка составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

четвертый семестр:

практические занятия (48 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (22 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Цель: совершенствование навыков владения лексикой, грамматикой и фонетикой (Intermediate level / средний уровень, Upper-Intermediate level / уровень выше среднего: Common European Framework of Reference / общеевропейские компетенции владения иностранным языком) для активного применения английского языка посредством реализации принципов обмена деловой информацией в устной и письменной форме, развитие интереса и толерантности к межкультурному разнообразию англоговорящего общества. Изучение данной дисциплины также предполагает формирование и совершенствование навыков двусторонних (письменных и / или устных) переводов текстов (с русского языка на английский язык и с английского языка на русский язык), принадлежащих различным функциональным стилям, совершенствование навыков применения иностранного языка в различных социокультурных коммуникативных ситуациях. Целью изучения данной дисциплины также является повышение навыков межкультурной коммуникации при качественном повышении уровня владения иностранным языком.

Задачи: освоение навыка деловой коммуникации на иностранном языке, обучение иностранному языку как средству личной и профессиональной коммуникации; воспитание толерантности и уважения к духовным ценностям разных стран и народов; расширение кругозора и повышение общей гуманитарной культуры студентов, повышение уровня учебной автономии, способности к саморазвитию; формирование и совершенствование навыков перевода текстов, принадлежащих различным функциональным стилям с / на иностранный язык.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	УК–4.1. Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.; УК–4.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации.; УК–4.3. Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах).;	Знать принципы осуществления деловой коммуникации, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. Умееть осуществлять деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. Владеть опытом осуществления деловой коммуникации, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. ; Знать современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации. Уметь использовать современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации. Владеть опытом использования современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации. ; Знать принципы осуществления обмена деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах). Уметь осуществлять обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах). Владеть опытом осуществления обмена деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах). ;

УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК–5.1. Демонстрирует понимание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте.; УК–5.2. Осознает наличие коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте.;	Знать положение о межкультурном разнообразии общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. Уметь демонстрировать понимание межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. Владеть опытом демонстрации понимания межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте. ; Знать о наличии коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте. Уметь осознавать наличие коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте. Владеть опытом общения при наличии коммуникативных барьеров в процессе межкультурного взаимодействия в социально-историческом, этическом и философском контексте. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.16
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	физвоспитания
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 1 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Физическая культура и спорт составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
лекционная нагрузка (6 час.);
практические занятия (18 час.);
самостоятельная работа (48 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель учебной дисциплины: формирование физической культуры личности студентов.
Основными задачами изучения дисциплины являются:
-овладение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов укрепления здоровья;
- формирование мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установки на здоровый стиль жизни и физическое совершенствование;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовки;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности для последующих жизненных и профессиональных достижений.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей.; УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности и личностного развития.; УК-6.3. Выстраивает траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.;	Знать: основные способы и методы эффективного управления собственным временем. Уметь: использовать инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей; Владеть: технологиями и методами управления собственным временем. ; Знать: критерии оценки личностного роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки. Уметь: определить и реализовать приоритеты собственной деятельности, планировать свое личностное развитие. Владеть: способами совершенствования собственной деятельности и личностного развития на основе самооценки. ; Знать: методы выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе образования в течение всей жизни. Уметь: эффективно использовать методы саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. Владеть: методами саморазвития и самообразования в течение всей жизни. ;

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Понимает влияние основ физического воспитания на уровень профессиональной работоспособности и физического самосовершенствования.; УК-7.2. Выполняет индивидуально подобранные комплексы физических упражнений для обеспечения здоровья и физического самосовершенствования.; УК-7.3. Применяет на практике разнообразные средства и методы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности с целью обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.;	Знать: теоретические аспекты, основные понятия, формы, средства и методы физического воспитания, направленные на повышение уровня профессиональной работоспособности и физического самосовершенствования. Уметь: отбирать наиболее эффективные средства и методы физического воспитания для профессионального развития и физического самосовершенствования. Владеть: теоретическими и практическими знаниями, для достижения высокого уровня профессиональной работоспособности и физического самосовершенствования. ; Знать: методы применения физических упражнений при организации занятий с учетом индивидуальных возможностей. Уметь: выбирать и применять комплексы физических упражнений для сохранения здоровья и физического самосовершенствования. Владеть: системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение, укрепление здоровья и физическое самосовершенствование. ; Знать: формы организации занятий, принципы и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Уметь: применять формы, средства и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Владеть: умениями и навыками применения основных форм, средств и методов физической культуры для достижения высокого уровня физической подготовленности. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ФИЛОСОФИЯ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.01
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	философии
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Философия составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
третий семестр:
лекционная нагрузка (14 час.);
практические занятия (26 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (4 час.);
самостоятельная работа (28 час.);
контроль (Экзамен) (36 час.).
Целями курса является формирование у обучающихся представления о происхождении, природе и роли философии в истории культуры, а также освоение основных философских понятий и категорий. Достижение этих целей предполагает раскрытие специфики философского способа отношения к действительности и постановки теоретических вопросов. Цели курса достигаются через раскрытие основных этапов истории зарубежной и отечественной философии, знакомство с основными областями философского познания и приобщение обучающихся к обсуждению широкого круга философских проблем. Изучение курса должно способствовать формированию у обучающихся способности включать вопросы, касающиеся области их профессиональной специализации, в широкий философский контекст, видеть в тех или иных частных проблемах фундаментальные онтологические, эпистемологические, социально-культурные и антропологические проблемы. Освоение курса предполагает формирование у обучающихся способности к философской постановке теоретических вопросов и умения логически последовательно и систематически их рассматривать.

Достижение этих целей предусматривает решение следующих задач:

• ознакомить обучающихся с предметом и спецификой философского мышления как исходной формы теоретического знания;
• сформировать у обучающихся понимание структуры философии и методов философского мышления;
• дать обучающимся представление об основных этапах истории зарубежной и отечественной философской мысли и об идеях ее выдающихся представителей;
• прояснить содержание базовых категорий онтологии, эпистемологии, философии науки, социальной философии, философии культуры, этики, эстетики, философской антропологии;
• дать обучающимся опытное знание о том, что представляет собой философия и философское мышление, в ходе обсуждения классических и современных философских текстов;
• привить навык ведения диалога по философским проблемам, а также способность последовательно, систематически и логически аргументированно рассматривать вопросы философской теории;
• ввести обучающихся в «лабораторию» философской мысли в ходе анализа проблем, которые рассматриваются в европейской философской традиции;
• научить обучающихся философским способам постановки теоретических вопросов, их анализа и решения.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.2. Применяет методы критического анализа и синтеза при работе с информацией.;	Знать: методы критического анализа и синтеза. Уметь: применять методы критического анализа и синтеза при работе с информацией. Владеть: методами критического анализа и синтеза при работе с информацией.;
УК-5 Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.3. Толерантно воспринимает особенности межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контексте.;	Знать: основные этапы исторического развития философии, культурные особенности различных философских традиций. Уметь: выделять основные этапы исторического развития философии, культурные особенности различных философских традиций. Владеть: основами культурно-исторического анализа для понимания разнообразия различных философских традиций. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.14
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	математики и бизнес-информатики
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Цифровые коммуникации составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

третий семестр:

лекционная нагрузка (10 час.);

лабораторные работы (24 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (36 час.);

контроль (Экзамен) (36 час.).

Цель изучения дисциплины состоит в формировании у студентов системы практических решений в области маркетинговых коммуникаций в цифровой или интерактивной среде в рамках осуществления рекламной деятельности компании.

Основными задачами дисциплины являются:

- изменение коммуникационной стратегии компании в цифровой среде.
- рассмотрение поведение медиа и брендов в цифровой среде.
- получение практических навыков использования цифровых каналов в коммуникации с потребителями и поддержке продаж.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1 Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.; ОПК-6.2 Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.;	Знать: современные системы управления Интернет ресурсами(cms). Уметь: выбирать подходящие системы для определенного информационного проекта. Владеть: навыками реализации Интернет проекта в системах управления контентом.; Знать: современные средства размещения таркетинговой рекламы в социальных системах. Уметь: настраивать и составлять семантическое ядро для Интернет проекта. Владеть: навыками внедрения контестной рекламы.;
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.1 Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства (или) реализации коммуникационного продукта.; ПК-3.2 Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта.; ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами.;	Знать: современные модели потребительского поведения. Уметь: самостоятельно проектировать структуру производства или реализации коммуникационного продукта. Владеть: навыками реализации определенной стратегии развития продукта.; Знать: основные этапы и формы при проведении маркетинговых исследований. Уметь: организовывать и проводить маркетинговые исследования на различных Интернет площадках. Владеть: навыками сбора и обработки результатов маркетингового исследования.; Знать: варианты реализации обратной связи на различных платформах. Уметь: работать в современных системах управления контентом. Владеть: навыками реализации Интернет площадки с формами обратной связи.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЭКОНОМИКА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.06
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	экономики инноваций
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 3 семестр
Форма промежуточной аттестации	экзамен

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Экономика составляет 3 ЗЕТ, 108 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

третий семестр:

лекционная нагрузка (20 час.);

практические занятия (16 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (34 час.);

контроль (Экзамен) (36 час.).

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся фундаментальных теоретических экономических знаний, основных методологических положений экономической организации общества и форм их реализации на различных уровнях хозяйствования, практических навыков и соответствующих компетенций.
Задачи:

- дать целостное, системное отображение изучаемой области экономических процессов и явлений;
- выявить закономерности функционирования экономики на различных ее уровнях;
- показать потенциальную возможность использования экономической теории в практической деятельности

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленных целей; УК-2.2. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм; УК-2.3. Выбирает оптимальные способы решения задач, учитывая особенности профессиональной деятельности;	Знать: - основы определения задач; Уметь: - определять круг задач в рамках целей Владеть: - методами определения круга задач ; Знать: - основные методы планирования задач Уметь: - определять зону своей ответственности Владеть: - методами планирования с учетом ресурсов и правовых норм. ; Знать: основные методы оптимизации решений. Уметь: учитывать особенности профессиональной деятельности Владеть навыками выбора оптимальных способов решения задач ;
УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывает особенности поведения и интересы других участников, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленных целей.; УК-3.2. Осуществляет разные виды коммуникации при работе команды; УК-3.3. Соблюдает нормы и правила командной работы, несет ответственность за результат ;	Знать: - свою роль в социальном взаимодействии; Уметь: - осуществлять работу в команде Владеть: - методами учета интересов членов команды исходя из стратегии сотрудничества ; Знать: - основные виды коммуникации Уметь: - использовать разные виды коммуникации. Владеть: - разными видами коммуникации при работе в команде. ; Знать: нормы и правила командной работы Уметь: нести ответственность за результат Владеть навыками соблюдения норм и правил ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.20
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	физвоспитания
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1, 2, 3 курсы, 1, 2, 3, 4, 5 семестры
Форма промежуточной аттестации	зачет, зачет, зачет, зачет, зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Элективные курсы по физической культуре и спорту составляет 328 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
первый семестр:
практические занятия (44 час.);
самостоятельная работа (16 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
второй семестр:
практические занятия (68 час.);
самостоятельная работа (8 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
третий семестр:
практические занятия (68 час.);
самостоятельная работа (8 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
четвертый семестр:
практические занятия (68 час.);
самостоятельная работа (8 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре);
пятый семестр:
практические занятия (34 час.);
самостоятельная работа (6 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Цель физического воспитания студентов – формирование физической культуры личности.
Основными задачами изучения дисциплины являются:
-владение средствами самостоятельного, методически правильного использования методов физического воспитания и самовоспитания для повышения адаптационных резервов укрепления здоровья;
- формирования мотивационно-ценностного отношения к физической культуре, установка на здоровый стиль жизни, физическое совершенствование и самовоспитание привычки к регулярным занятиям физическими упражнениями и спортом;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие и совершенствование психофизических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;
- приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовке к будущей профессии и быту;
- создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности в целях последующих жизненных и профессиональных достижений.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей.; УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности и личностного развития.; УК-6.3. Выстраивает траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.;	Знать: основные способы и методы эффективного управления собственным временем. Уметь: использовать инструменты и методы управления временем при достижении поставленных целей; Владеть: технологиями и методами управления собственным временем.; Знать: критерии оценки личностного роста и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки. Уметь: определить и реализовать приоритеты собственной деятельности, планировать свое личностное развитие. Владеть: способами совершенствования собственной деятельности и личностного развития на основе самооценки.; Знать: методы выстраивания и реализации траектории саморазвития на основе образования в течение всей жизни. Уметь: эффективно использовать методы саморазвития и самообразования на протяжении всей жизни. Владеть: методами саморазвития и самообразования в течение всей жизни.;

УК-7 Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Понимает влияние основ физического воспитания на уровень профессиональной работоспособности и физического самосовершенствования.; УК-7.2. Выполняет индивидуально подобранные комплексы физических упражнений для обеспечения здоровья и физического самосовершенствования.; УК-7.3. Применяет на практике разнообразные средства и методы физической культуры для поддержания должного уровня физической подготовленности с целью обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.;	Знать: теоретические аспекты, основные понятия, формы, средства и методы физического воспитания, направленные на повышение уровня профессиональной работоспособности и физического самосовершенствования. Уметь: отбирать наиболее эффективные средства и методы физического воспитания для профессионального развития и физического самосовершенствования. Владеть: теоретическими и практическими знаниями, для достижения высокого уровня профессиональной работоспособности и физического самосовершенствования.; Знать: методы применения физических упражнений при организации занятий с учетом индивидуальных возможностей. Уметь: выбирать и применять комплексы физических упражнений для сохранения здоровья и физического самосовершенствования. Владеть: системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение, укрепление здоровья и физическое самосовершенствование.; Знать: формы организации занятий, принципы и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Уметь: применять формы, средства и методы физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Владеть: умениями и навыками применения основных форм, средств и методов физической культуры для достижения высокого уровня физической подготовленности.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И РЕКЛАМЫ

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.О.25
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Этическое регулирование связей с общественностью и рекламы составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:
седьмой семестр:
лекционная нагрузка (14 час.);
практические занятия (16 час.);
контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);
самостоятельная работа (40 час.);
контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).
Целью курса является подготовка выпускников, способных понимать и анализировать мировоззренческие, социально и личностно значимые этические проблемы, владеющих знаниями об этосе своей профессии, этике сферы бизнеса и рекламы, управленческой этике, типах партнерских отношений специалистов в области рекламы и связей с общественностью и умеющих их использовать в практической деятельности.
Задачи:
- дать будущим специалистам систему знаний о природе профессиональной морали, характере профессиональнонравственных отношений в рекламе и PR, их роли в профессиональной деятельности;
- помочь осознать, как действует профессиональная мораль, и понять особенности отражения ее в профессиональной этике;
- познакомить с основными этапами и тенденциями в развитии профессиональной этики; раскрыть содержание основных профессионально-этических представлений, рассматриваемых российским и мировым рекламным и PR-сообществами как стандарты
профессионального поведения.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.;	Знать: основы этики (в том числе профессиональной), нормы морали и нравственности. Уметь: осуществлять профессиональную деятельность, учитывая ее этические нормы регулирования. Владеть: навыками принятия профессиональных решений, соблюдая действующие в сфере массовых коммуникаций этические нормы. ;
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.;	Знать: кодексы этического регулирования рекламы и связей с общественностью. Уметь: осуществлять профессиональную деятельность в соответствии с нормами этикетного поведения. Владеть: навыками соблюдения бизнес-ритуалов, принятых в профессиональном сообществе. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
ЯЗЫК И КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (специализация, программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение дисциплины (модуля)	Б1
Шифр дисциплины (модуля)	Б1.В.ДВ.02.01
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 7 семестр
Форма промежуточной аттестации	зачет

Самара, 2020

Общая трудоемкость освоения дисциплины (модуля) Язык и корпоративная культура составляет 2 ЗЕТ, 72 час..
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены:

седьмой семестр:

лекционная нагрузка (14 час.);

практические занятия (18 час.);

контролируемая аудиторная самостоятельная работа (2 час.);

самостоятельная работа (38 час.);

контроль (Зачет. Рассредоточено. По результатам работы в семестре).

Целью освоения учебной дисциплины «Язык и корпоративная культура» является формирование у обучающихся лингвометодической базы для их будущей профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

Задачи дисциплины:

- сформировать у обучающихся общие представления о корпоративной культуре и корпоративной коммуникации, а также расширить знания в области функционирования языка в профессиональной сфере;
- сформировать представление о соотношении понятий «язык», «культура», «корпоративность»;
- представить современные подходы к изучению корпоративной культуры ;
- сформировать у обучающихся навыки анализа и интерпретации корпоративных текстов как основы для организации, подготовки к выпуску, производства и распространения рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные
материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы.

Перечень формируемых компетенций и индикаторы их достижения, планируемые результаты обучения

Таблица 1

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	4.1 Осуществляет деловую коммуникацию, с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия; 4.2 Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации; 4.3 Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах);	Знать: особенности языка и речи корпоративной коммуникации Уметь: осуществлять деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия Владеть: нормами литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия ; Знать: современные информационно-коммуникативные технологии, используемые в процессе деловой коммуникации. Уметь: использовать современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации Владеть: навыками управления эффективной коммуникационной деятельностью в процессе деловой коммуникации ; Знать: особенности внутренних и внешних коммуникаций, необходимые для обмена деловой информацией в устной и письменной формах Уметь: осуществлять обмен деловой информацией в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) Владеть: навыками коммуникации в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке (ах) ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
Преддипломная практика

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация (степень)	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение практики	Б2
Шифр практики	Б2.О.05(Пд)
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 8 семестр
Форма промежуточной аттестации	дифференцированный зачет (зачет с оценкой)

Самара, 2020

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая программа практики является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Вид (в том числе тип) настоящей практики, а также способы ее проведения (при наличии) установлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №512 от 08.06.2017. Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47220 и приведены в таблице 1.

Форма проведения настоящей практики определена в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 18 декабря 2015 г. № 40168), отражена в календарном учебном графике основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представлена в таблице 1.

Таблица 1. Вид практики и форма (формы) ее проведения

Наименования параметров, характеризующих практику	Характеристика практики
Вид практики	Производственная практика
Тип практики	Преддипломная практика
Форма(ы) проведения практики	Дискретно по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Общая трудоемкость освоения практики «Преддипломная практика» составляет 15 зачетных единиц, 540 часов, 10 недель.

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.	ОПК -7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом;	Знать принципы социальной ответственности и этические нормы профессионального сообщества. Уметьт применять на практике принципы социальной ответственности и этические нормы профессионального сообщества. Владеть опытом применения на практике принципов социальной ответственности и этические нормы профессионального сообщества. ;
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирований мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ;	Знать, что такое тактическое планирование коммуникативного проекта Уметь тактически планировать коммуникативный проект Владеть опытом тактического планированияь коммуникативного проекта ; Знать, как организовать HR-проект Уметь организовать HR-проект Владеть: навыками организации HR-проект ;

ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК-2.1 Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-2.2 Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; ПК-2.4 Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде;	Знать, как создавать тексты рекламы и связей, трансформируя их с учетом разных коммуникационных каналов Уметь создавать тексты рекламы и связей, трансформируя их с учетом разных коммуникационных каналов Владеть опытом создания текстов рекламы и связей, трансформируя их с учетом разных коммуникационных каналов ; Знать, как создавать информационные поводы для коммуникативных проектов Уметь создавать информационные поводы для коммуникативных проектов Владеть: навыками создания информационные поводы для коммуникативных проектов ; Знать, для чего организации нужна миссия и философия и как это соотносится с ЦА Уметь определить основы для формирования миссии организации. Владеть навыками создания основ для миссии и философии орагнизации ;
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами ;	Знать, как осуществлять мониторинг обратной связи. Уметь осуществлять мониторинг обратной связи. Владеть навыком осуществления мониторинга обратной связи.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
Профессионально-ознакомительная практика (Коммуникативная)

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация (степень)	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение практики	Б2
Шифр практики	Б2.О.02(У)
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	2 курс, 4 семестр
Форма промежуточной аттестации	дифференцированный зачет (зачет с оценкой)

Самара, 2020

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая программа практики является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Вид (в том числе тип) настоящей практики, а также способы ее проведения (при наличии) установлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №512 от 08.06.2017. Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47220 и приведены в таблице 1.

Форма проведения настоящей практики определена в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 18 декабря 2015 г. № 40168), отражена в календарном учебном графике основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представлена в таблице 1.

Таблица 1. Вид практики и форма (формы) ее проведения

Наименования параметров, характеризующих практику	Характеристика практики
Вид практики	Учебная практика
Тип практики	Профессионально-ознакомительная практика (Коммуникативная)
Форма(ы) проведения практики	Дискретно по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Общая трудоемкость освоения практики «Профессионально-ознакомительная практика (Коммуникативная)» составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, 2 недель.

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК - 2.2 Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.;	Знать о корреляции между общественным или государственным учреждением и спецификой текстов, создаваемых для его внутренних и внешних целей. Уметь учитывать корреляцию между общественным или государственным учреждением и спецификой текстов, создаваемых для его внутренних и внешних целей. Владеть навыком учета о корреляции между общественным или государственным учреждением и спецификой текстов, создаваемых для его внутренних и внешних целей;
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК - 3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.;	Знать, как учесть культурный опыт для создания текстов с использованием средств выразительности. Уметь учитывать культурный опыт для создания текстов с использованием средств выразительности. Владеть навыком учета культурного опыта для создания текстов с использованием средств выразительности.;

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК - 4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ;	Знать, как используются основные характеристики ЦА при подготовке различных текстов. Уметь использовать знания о характеристиках ЦА при создании различных текстов. Владеть навыком учета характеристик ЦА при создании различных текстов.;
ПК-2 Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.	ПК -2.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта; ПК - 2.3 Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании;	Знать, что такое информационный повод при проведении кампаний и проектов. Уметь создать информационные поводы. Владеть навыком создания информационных поводов.; Знать, как создавать основы сценариев для рекламной или PR-кампании. Уметь создавать основы сценариев для рекламной или PR- кампании. Владеть навыками создания основ сценариев для рекламной или PR- кампании;
ПК-3 Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.	ПК - 3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами ;	Знать, как можно настроить обратную связь с целевыми группами. Уметь настроить обратную связь с целевыми группами. Владеть навыком настройки обратной связи с целевыми группами.;
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.	ПК - 4.1 Осуществляет редактирование текстов рекламы и связей с общественностью в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, технологическими требованиями каналов трансляции коммуникационного продукта;	Знать основы редакторской правки пиар-текстов и текстов рекламного характера. Уметь редактировать рекламные тексты и пиар-тексты. Владеть навыком редактирования пиар-текстов и рекламных текстов.;
УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.	УК-2.1 Определяет круг задач в рамках поставленных целей.; УК-2.2 Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм;	Знать, как определить круг задач в рамках поставленных целей. Уметь определить круг задач в рамках поставленных целей. Владеть навыком определения круга задач в рамках поставленных целей; Знать, как планировать реализацию задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений. Уметь планировать реализацию задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений . Владеть навыком планирования реализации задач с учетом имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде.	УК-3.1 Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, учитывает особенности поведения и интересы других участников, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели.; УК-3.2 Осуществляет разные виды коммуникации при работе команды.; УК-3.3 Соблюдает нормы и правила командной работы, несет ответственность за результат;	Знать, как определить свою роль в социальном взаимодействии и командной работе. Уметь определить свою роль в социальном взаимодействии и командной работе. Владеть навыком определения своей роли в социальном взаимодействии и командной работе. ; Знать, как осуществлять коммуникацию при работе команды.Уметь осуществлять коммуникацию при работе команды. Владеть навыком осуществления коммуникаций при работе команды.; Знать нормы и правила командной работы. Уметь соблюдать нормы и правила командной работы. Владеть навыком соблюдения норм и правил командной работы.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
Профессионально-ознакомительная практика (Рекламно-информационная)

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация (степень)	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение практики	Б2
Шифр практики	Б2.О.01(У)
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	1 курс, 2 семестр
Форма промежуточной аттестации	дифференцированный зачет (зачет с оценкой)

Самара, 2020

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая программа практики является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Вид (в том числе тип) настоящей практики, а также способы ее проведения (при наличии) установлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №512 от 08.06.2017. Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47220 и приведены в таблице 1.

Форма проведения настоящей практики определена в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 18 декабря 2015 г. № 40168), отражена в календарном учебном графике основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представлена в таблице 1.

Таблица 1. Вид практики и форма (формы) ее проведения

Наименования параметров, характеризующих практику	Характеристика практики
Вид практики	Учебная практика
Тип практики	Профессионально-ознакомительная практика (Рекламно-информационная)
Форма(ы) проведения практики	Дискретно по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Общая трудоемкость освоения практики «Профессионально-ознакомительная практика (Рекламно-информационная)» составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, 2 недель.
Программой дисциплины (модуля) предусмотрены

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ;	Знать: особенности подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. Уметь: осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. Владеть: навыками осуществления подготовки текстов рекламы и связей с обще-ственностью и (или) иных коммуни-кационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. ;

ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы;	Знать: свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Уметь: осуществлять свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Владеть: навыками осуществления своих про-фессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной ме-диакоммуникационной системы. ;
ОПК-6 Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.; ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов;	Знать: особенности отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения. Уметь: отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение. Владеть: навыками отбора для осуществления профессиональной деятельности необходимого технического оборудования и программного обеспечения. ; Знать: современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных ком-муникационных продуктов. Уметь: Применять современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных ком-муникационных продуктов Владеть: навыками применения современных цифровых устройств, платформ и программного обеспечения на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. ;
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.	ПК-1.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ;	Знать: функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реа-лизации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. Уметь: выполнять функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. Владеть: навыками выполнения функционала линейного менеджера в рамках текущей деятельности от дела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью. ;

УК-1 Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.1. Анализирует поставленную задачу и осуществляет поиск информации для ее решения.; УК-1.2. Применяет методы критического анализа и синтеза при работе с информацией.; УК-1.3. Рассматривает и предлагает системные варианты решения поставленной задачи.;	Знать: поставленную задачу и осуществлять поиск информации для ее решения. Уметь: анализировать поставлен-ную задачу и осуществлять поиск информации для ее решения. Владеть: навыками анализа по-ставленной задачи и осуществле-ния поиска информации для ее решения. ; Знать: методы критического ана-лиза и синтеза при работе с информацией. Уметь: применять методы критического анализа и синтеза при работе с информацией. Владеть: навыками применения критического анализа и синтеза при работе с информацией. ; Знать: системные варианты решения поставленной задачи. Уметь: рассматривать и предлагать системные варианты решения по-ставленной задачи. Владеть: навыками рассмотрения и предложения системных вариантов решения поставленной задачи. ;
УК-4 Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).	УК-4.1. Осуществляет деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия.; УК-4.2. Использует современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации; УК-4.3. Осуществляет обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах).;	Знать: особенности осуществле-ния деловой коммуникации с со-блюдением норм литературного языка и жанров устной и пись-менной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. Уметь: осуществлять деловую коммуникацию с соблюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. Владеть: навыками осуществле-ния деловой коммуникации с со-блюдением норм литературного языка и жанров устной и письменной речи в зависимости от целей и условий взаимодействия. ; Знать: современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации. Уметь: использовать современные информационно-коммуникативные технологии в процессе деловой коммуникации. Владеть: навыками использования современных информационно-коммуникативных технологий в процессе деловой коммуникации. ; Знать: пути осуществления обмена деловой информацией в устной и письменных формах на государ-ственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах). Уметь: осуществлять обмен деловой информацией в устной и письменных формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах). Владеть: навыками осуществления обмена деловой информацией в устной и письменных формах на государ-ственном языке Российской Федерации и иностранном (ых) языке(ах). ;
УК-6 Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.	УК-6.1. Использует технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей.;	Знать: технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей. Уметь: использовать технологии и методы управления своим временем для достижения поставленных целей. Владеть: навыками использования технологий и методов управления своим временем для достижения поставленных целей. ;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
Профессионально-творческая практика

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация (степень)	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение практики	Б2
Шифр практики	Б2.О.03(П)
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русского языка и массовой коммуникации
Форма обучения	очная
Курс, семестр	3 курс, 6 семестр
Форма промежуточной аттестации	дифференцированный зачет (зачет с оценкой)

Самара, 2020

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая программа практики является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Вид (в том числе тип) настоящей практики, а также способы ее проведения (при наличии) установлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №512 от 08.06.2017. Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47220 и приведены в таблице 1.

Форма проведения настоящей практики определена в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 18 декабря 2015 г. № 40168), отражена в календарном учебном графике основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представлена в таблице 1.

Таблица 1. Вид практики и форма (формы) ее проведения

Наименования параметров, характеризующих практику	Характеристика практики
Вид практики	Производственная практика
Тип практики	профессионально-творческая практика
Форма(ы) проведения практики	Дискретно по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Общая трудоемкость освоения практики «Профессионально-творческая практика» составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недель.

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем ;	Знает: последовательность эта-пов и приемы подготовки текстов рекламы и связей с общественно-стью и (или) иных коммуникаци-онных продуктов различных жанров и форматов в соответ-ствии с нормами русского и ино-странного языков, особенностями иных знаковых систем. Умеет: осуществлять деятель-ность по подготовке текстов рек-ламы и связей с общественно-стью и (или) иных коммуникаци-онных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. Владеет навыками подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русско-го и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.;
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиаком-муникационной системы;	Знает: способы организации рекламной деятельности и деятельности по связям с общественностью в организации определенного типа, основы взаимодействия со СМИ, основные типы документов, обеспечивающих деятельность отделов по рекламе и по связям с общественностью. Умеет: самостоятельно работать с источниками информации, готовить информационные материалы различного направления, проводить исследования в области рекламы и связей с общественностью, строить рекламно-информационную политику организации. Владеет: навыками изучения целевых аудиторий; методами сбора информации и методиками оценки результатов проведенного мероприятия; способностью осуществлять оперативное планирование и контроль за рекламной работой и деятельностью по связям с общественностью. ;

ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	опк-7.2 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом;	Знает: методы сбора информации, возможности использования про-фессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом Умеет самостоятельно осуществлять отбор информации, профессио-нальных средств и приемов рек-ламы и связей с общественно-стью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообще-ством. Владеет навыками отбора информа-ции, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми про-фессиональным сообществом. ;
ПК-1 Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.2 Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии; ПК-1.3 Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры ;	Знает: принципы тактического планирования мероприятий в рамках реализации конкретной коммуникационной стратегии. Умеет осуществлять тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеет навыками осуществления тактического планирования мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ; Знает: принципы организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. Умеет: организовывать внутренние коммуникации и мероприятия по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. Владеет навыками организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры. ;
ПК-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-3.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами;	Знает: основные технологии мониторинга обратной связи с разными целевыми группами. Умеет осуществлять мониторинг обратной связи с разными целевыми группами Владеет: методикой осуществления мониторинга обратной связи с разными целевыми группами. ;
ПК-4 Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа	ПК-4.2 Контролирует соответствие формата коммуникационного продукта медиаконцепции канала;	Знает возможности форматов коммуникационного продукта, различающиеся в соответствии с медиаконцепциями каналов продвижения, типы и виды презентационных материалов в рамках традиционных и современных средств рекламы. Умеет редактировать и самостоятельно создавать различные форматы коммуникационного продукта, соответствующие медиаконцепциям каналов продвижения. Владеет навыками редактирония и создаванияразличных форматов коммуникационного продукта, соответствующих медиаконцециям каналов продвижения. ;
УК-8 Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	УК-8.1 Поддерживает безопасные условия в штатном режиме жизнедеятельности;	Знает принципы обеспечения безопасных условий в штатном режиме жизнедеятельности Умеет создавать и поддерживать безопасные условия в штатном режиме жизнедеятельности. Владеет навыками создания и поддержания безопасных ус-ловий в штатном режиме жизнедеятельности.;

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования «Самарский национальный исследовательский
университет имени академика С.П. Королева»

САМАРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
SAMARA UNIVERSITY

УТВЕРЖДЕН
21 февраля 2020 года, протокол ученого совета университета №7
Сертификат №: 2a f4 e3 1f 00 01 00 00 02 19
Срок действия: с 08.03.19г. по 08.03.20г.
Владелец: проректор по учебной работе
А.В. Гаврилов

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ
Профессионально-творческая практика (Пресс-служба)

Код плана	420301-2020-О-ПП-4г00м-01
Основная профессиональная образовательная программа высшего образования по направлению подготовки (специальности)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Профиль (программа)	Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере
Квалификация (степень)	Бакалавр
Блок, в рамках которого происходит освоение практики	Б2
Шифр практики	Б2.О.04(П)
Институт (факультет)	Факультет филологии и журналистики
Кафедра	русской и зарубежной литературы и связей с общественностью
Форма обучения	очная
Курс, семестр	4 курс, 8 семестр
Форма промежуточной аттестации	дифференцированный зачет (зачет с оценкой)

Самара, 2020

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

Настоящая программа практики является составной частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата).

Вид (в том числе тип) настоящей практики, а также способы ее проведения (при наличии) установлены в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации №512 от 08.06.2017. Зарегистрировано в Минюсте России 29.06.2017 № 47220 и приведены в таблице 1.

Форма проведения настоящей практики определена в соответствии с Приказом Министерства образования и науки РФ от 27 ноября 2015 г. № 1383 «Об утверждении Положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы высшего образования» (зарегистрировано в Минюсте России 18 декабря 2015 г. № 40168), отражена в календарном учебном графике основной профессиональной образовательной программы высшего образования и представлена в таблице 1.

Таблица 1. Вид практики и форма (формы) ее проведения

Наименования параметров, характеризующих практику	Характеристика практики
Вид практики	Производственная практика
Тип практики	Профессионально-творческая практика (Пресс-служба)
Форма(ы) проведения практики	Дискретно по периодам проведения практик – путем чередования в календарном учебном графике периодов учебного времени для проведения практик с периодами учебного времени для проведения теоретических занятий.

Общая трудоемкость освоения практики «Профессионально-творческая практика (Пресс-служба)» составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недель.

Программой дисциплины (модуля) предусмотрены

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития; ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. ;	Знать, как устроены основные общественные институты и учитывает их устройство при создании различных коммуникативных продуктов. Уметь создать коммуникативный продукт с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов. Владеть навыком создания медиапродукта или медиатекста с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов.; Знать особенности рекламных текстов, учитывающих основные тенденции развития общественных институтов. Уметь создавать рекламные тексты с учетом основных тенденций общественных институтов. Владеть навыком создания рекламного текста с учетом тенденций развития общественных и государственных институтов. ;
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	ОПК-3.2 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.;	Знать о выразительных средствах, которые можно использовать в пиар-текстах. Уметь создавать пиар-тексты с использованием средств выразительности. Владеть навыком создания пиар-текстов с использованием средств выразительности.;

ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности.	ОПК-4.2 Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов ;	Знать, как создавать пиар-тексты и тексты рекламного характера с учетом целевой аудитории. Уметь создавать пиар-тексты и тексты рекламного характера, учитывая целевую аудиторию. Владеть навыком создания пиар-текста и текста рекламного характера с учетом целевой аудитории. ;