

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.8 Индустрия новых медиа****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 1**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Медиаэкономика и медиаиндустрия новых медиа	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)
2.	Концепции web 1.0, 2.0, 3.0: система взаимодействия с медиааудиторией. Web 3.0 как среда для новых медиа	Опрос
3.	Актуальные термины и модели новых медиа	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)
4.	Технологии виртуальной реальности в современной медиасфере: проблемы и перспективы	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)
5.	Искусственный интеллект: перспективы и проблемы использования	Тест
6.	Тенденция активной визуализации в новых медиа	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)

Формы промежуточной аттестации: Экзамен**Основная литература:**

1. Зверева Е.А. Трансформация модели медиапотребления в журнальном сегменте : монография. - Воронеж: Кварта, 2017. - 200 с.
2. Амзин, А., Галустян, А., Гатов, В., Кастельс, М., Кульчицкая, Д., Лосева, Н., Паркс, М., Паранько, С., Силантьева, О., ван, дер Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. - Весь срок охраны авторского права; Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. - Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. - 304 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.4 Иностранный язык в профессиональной сфере

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 2

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Медиа коммуникации как профессия	Собеседование
2.	Средства массовой информации в современном мире	Выполнение практических заданий
3.	Новостные программы	Собеседование
4.	Медийная аудитория	Выполнение практических заданий
5.	Связи с общественностью. Интервью. Подготовка и организация	Собеседование
6.	Жанры письменной журналистики и реклама в печатных СМИ.	Собеседование
7.	Газеты и журналы, рекламная политика.	Собеседование
8.	Телевидение, радио, электронные медиа, рекламная политика	Собеседование
9.	Основы академического английского языка (аннотация, ключевые слова, научная статья).	Выполнение практических заданий

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Чиронова И. И., Кузьмина Е. В. Английский язык для медиаспециальностей (B1-B2) : Учебник Для СПО. - Москва: Юрайт, 2020. - 471 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/456318>

2. Барановская Т. А., Захарова А. В., Поспелова Т. Б., Суворова Ю. А. Английский язык для академических целей. English for Academic Purposes : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 198 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450869>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.5 Информационные технологии в профессиональной деятельности

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 2, 3

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Качество информации	Опрос, Реферат
2.	Фактографический поиск качественной информации	Опрос
3.	Источники достоверной информации	Опрос
4.	Электронные библиотеки	Опрос
5.	Поиск качественной информации в интернете и представление её в виде обзорной статьи	Контрольная работа

Формы промежуточной аттестации: Зачет, Экзамен

Основная литература:

1. Тимофеева, М. К. Информационные технологии в издательском деле : практикум для спо. - 2030-05-13; Информационные технологии в издательском деле. - Саратов, Москва: Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. - 68 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/96011.html>

2. Хныкина, А. Г., Минкина, Т. В. Информационные технологии : учебное пособие (лабораторный практикум). - Весь срок охраны авторского права; Информационные технологии. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2018. - 122 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92551.html>

3. Хохлов, П. В., Хохлова, В. Н., Погребняк, Е. М. Информационные технологии в медиаиндустрии. Трёхмерное моделирование, текстурирование и анимация в среде 3DS MAX : учебное пособие. - 2023-03-16; Информационные технологии в медиаиндустрии. Трёхмерное моделирование, текстурирование и . - Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2016. - 293 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/74668.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.7 Креативные технологии в цифровой медиасреде****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 1**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Теоретические основы понятия "креативность"	Собеседование
2.	Творческая деятельность в медиасфере. Этапы творческого процесса при создании медиапродукта.	Собеседование
3.	Креативные техники в рекламе	Собеседование
4.	Многообразие творческих технологий в современном медиaprостранстве.	Собеседование
5.	Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта	Контрольная работа
6.	Запуск и продвижение медиапроекта.	Научный доклад

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

- Ищенко А. А. Продвижение брендов в веб-пространстве на основе интернет-комьюнити : студенческая научная работа. - Ставрополь: б.и., 2020. - 108 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577884>
- Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие. - Москва|Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.9 Медiateкст в системе массовых коммуникаций

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 1

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Медiateкст как основное понятие медиалингвистики. Основные категории медиатекста. Методы изучения медиатекстов.	Научный доклад, Практическое задание
2.	Публицистический стиль массовой коммуникации. Собственно публицистический подстиль публицистического стиля	Практическое задание
3.	Публицистический стиль массовой коммуникации. Информационный подстиль публицистического стиля.	Практическое задание, Тестирование
4.	Язык электронных СМИ. Современная телевизионная речь.	Опрос
5.	Язык электронных СМИ. Радиотекст в системе медиатекстов.	Практическое задание
6.	Медiateкст в системе интернет-коммуникаций	Практическое задание
7.	Тема PR-текст как разновидность медиатекста	Тестирование
8.	Медiateкст в прикладных коммуникациях. Рекламный медиатекст	Практическое задание

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

- Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 345 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/475753>
- Ерофеева И. В. Психология медиатекста : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 206 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/471630>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.11 Медийная парадигма мировой культуры****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 1**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Культура как предмет исторического исследования	Собеседование
2.	Мировая культура: история и основные итоги	Собеседование, Реферат
3.	Культура России. Советская культура	Научный доклад
4.	Информационно-медийная парадигма современности и наука	Собеседование
5.	Будущее культуры и современный медиаландшафт	Подготовка и защита презентаций

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Борзова Е.П. История мировой культуры. - 4-е изд., стер.. - СПб., М.: Лань, Омега-Л, 2005. - 669 с.
2. Гриненко Г.В. Хрестоматия по истории мировой культуры : Учебник для вузов. - М.: Юрайт, 1999. - 672 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.2 Межкультурная коммуникация

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 1

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Типология культуры. Культурное многообразие мира	Тестирование, Опрос
2.	Механизмы приобщения к культуре. Культурная идентичность	Тестирование
3.	Вербальные средства межкультурной коммуникации. Культура в зеркале языка	Тестирование, Опрос
4.	Невербальная коммуникация в контексте межкультурного общения	Тестирование, Опрос
5.	Культурный шок. Барьеры межкультурной коммуникации и пути их преодоления	Тестирование
6.	Роль языковой личности в межкультурной коммуникации. Языковая картина мира	Тестирование, Опрос

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Харитонов И. В., Байкина Е. В., Крылов И. С., Новикова Е. Л., Федорова С. В. Теория и практика межкультурной коммуникации : учебно-методическое пособие. - Москва: Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2018. - 84 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500569>

2. Чулкина, Н. Л. Основы межкультурной коммуникации : учебное пособие. - 2021-12-31; Основы межкультурной коммуникации. - Москва: Евразийский открытый институт, 2010. - 144 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/11039.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.10 Методика и методология медиаисследования****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 1**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-2 Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

ПК-1 Проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Наука как социокультурный феномен. Становление научного знания. Методология научного исследования	Контрольная работа
2.	Классификация методов научного исследования. Актуализация проблемы междисциплинарных исследований функционирования СМИ и СМК	Тест, Научный доклад
3.	Компоненты СМИ как предмет исследования	Собеседование
4.	Основные научные течения и школы исследования СМИ	Тест, Контрольная работа

Формы промежуточной аттестации: Экзамен**Основная литература:**

1. Байбородова Л. В., Чернявская А. П. Методология и методы научного исследования : Учебное пособие для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 221 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/452322>
2. Мокий М. С., Никифоров А. Л., Мокий В. С. Методология научных исследований : Учебник Для магистратуры. - Москва: Юрайт, 2019. - 255 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/432110>
3. Афанасьев В. В., Грибкова О. В., Уколова Л. И. Методология и методы научного исследования : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 154 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/453479>
4. Новиков, В. К. Методология и методы научного исследования : курс лекций. - 2021-06-24; Методология и методы научного исследования. - Москва: Московская государственная академия водного транспорта, 2015. - 210 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/46480.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.1 Научно-исследовательский семинар****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 1**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Современный рынок труда: выбор модели профессиональной деятельности. Построение индивидуальной карьеры	Дискуссия
2.	Тайм-менеджмент: или как все успевать	Дискуссия
3.	Путь к предпринимательству: от идеи до старта	Дискуссия
4.	Цифровые инструменты бизнеса: тренды и перспективы	Дискуссия
5.	Технологии PR: как стать интересным СМИ	Дискуссия
6.	Дивергентное мышление или как эффективно решить любую задачу в условиях неопределенности	Дискуссия
7.	Критерии эффективности предпринимателя	Дискуссия
8.	ВКР: от классической магистерской диссертации к стартапу как диплом	Дискуссия

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Беляев В. И. Магистерская диссертация: методы и организация исследований, оформление и защита : учебное пособие. - 2-е изд., перераб.. - Москва: КНОРУС, 2020. - 261, [1] с.

2. Дрецинский В. А. Методология научных исследований : Учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 274 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/472413>3. Емельянова И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 115 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/474288>4. Цыпин Г. М. Работа над диссертацией. Навигатор по "трассе" научного исследования : - Для вузов. - Москва: Юрайт, 2019. - 35 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/445665>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.3 Проектный семинар****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 2**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Встреча с руководителем проекта, обсуждение этапов реализации проекта (исследовательский, прикладной и сервисный типы проектов)	Тестирование, Кейс
2.	Решение проектных задач	Тестирование, Кейс
3.	Встреча с руководителем по итогам реализации проекта	Тестирование, Кейс

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Бабаскин С. Я. Инновационный проект: методы отбора и инструменты анализа рисков : учебное пособие. - Москва: Дело, 2014. - 239 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=443281>

2. Баранова, Н. М. Организация проектной деятельности в современных экономических условиях. В 2 частях. Ч.1 : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Организация проектной деятельности в современных экономических ус. - Москва: Российский университет дружбы народов, 2018. - 64 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/104230.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.13 Работа с алгоритмами виртуальной реальности и искусственного интеллекта в медиасфере

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 2

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Технологии виртуальной реальности в современной медиасфере: проблемы и перспективы	Контрольная работа
2.	Виртуальная реальность в медиасфере	Собеседование
3.	Алгоритмы искусственного интеллекта: определение понятий	Собеседование
4.	Коммуникационные преимущества: что умеет робожурналист?	Тест

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Амзин, А., Галустян, А., Гатов, В., Кастельс, М., Кульчицкая, Д., Лосева, Н., Паркс, М., Паранько, С., Силантьева, О., ван, дер Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. - Весь срок охраны авторского права; Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. - Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. - 304 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.6 Управление проектами: методы и технологии****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	История управления проектами	Эссе
2.	Определение и предметная область проекта	Тестирование, Кейс
3.	Системный подход в управлении проектами	Тестирование, Решение ситуационных задач
4.	Портфель проектов. Функциональные области управления проектами	Тестирование
5.	Управление командой проекта	Кейс, Решение ситуационных задач
6.	Планирование проекта по временным параметрам	Тестирование, Решение ситуационных задач

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Балашов А. И., Рогова Е. М., Тихонова М. В., Ткаченко Е. А. Управление проектами : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/449791>

2. Васючкова Т. С., Иванчева Н. А., Держо М. А., Пухначева Т. П. Управление проектами с использованием Microsoft Project. - 2-е изд., испр.. - Москва: Национальный Открытый Университет «ИНТУИТ», 2016. - 148 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429881>

3. Ньютон, Ричард Управление проектами от А до Я. - 2021-02-28; Управление проектами от А до Я. - Москва: Альпина Бизнес Букс, 2019. - 192 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/82359.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.12 Этико-правовые аспекты медиасферы

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 2

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Законодательные акты, регулирующие деятельность СМИ	Опрос
2.	Организационно-правовые формы предприятия СМИ	Научный доклад
3.	Интеллектуальные права в сфере массмедиа	Контрольная работа
4.	Реклама и СМИ	Контрольная работа
5.	Правовое ограничение распространения недостоверной информации в средствах массовой информации и в информационно-телекоммуникационных сетях.	Контрольная работа
6.	Правовое ограничение распространения информации, выражающейся в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, явное неуважение к обществу, государству, официальным госсимволам, Конституции и госорганам	Контрольная работа

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Ульбашев А. Х. Правовые основы журналистики. Общий курс медиарегулирования : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 189 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/456561>
2. Рихтер, А. Г. Правовые основы журналистики : учебник. - 2020-09-18; Правовые основы журналистики. - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2002. - 352 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/13105.html>
3. Щербак Н. В. Право интеллектуальной собственности: общее учение. Авторское право и смежные права : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 309 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/456442>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.1 Государственная информационная политика в связях с общественностью

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 2

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Государственная информационная политика Российской Федерации и ее влияние на деятельность информационных служб	Собеседование
2.	Правовые и этические основы связей с общественностью в органах власти и управления	Опрос, Контрольная работа
3.	Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях	Собеседование, Тестирование
4.	Формирование имиджа	собеседование, опрос, Реферат
5.	Оценка политических PR кампаний	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «связи с общественностью». - 2022-03-26; Политическая реклама. Теория и практика. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.5 Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 4

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Имидж и репутация в цифровой среде	Собеседование, Реферат
2.	Репутация как деловая успешность	Собеседование
3.	Управление репутацией	Собеседование
4.	Контент для формирования репутации в digital-медиа	Собеседование
5.	Визуальная коммуникация в социальных медиа	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Земляк С. В., Карпова С. В., Арский А. А., Константиныди Х. А., Стыцук Р. Ю., Тюрин Д. В., Баудер Е. А., Захаренко И. К., Земляк С. Н., Садриев Р. Д. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 262 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450188>
2. Позднякова, Ж. С., Алферова, Л. В. Маркетинг территорий : учебное пособие. - 2029-02-28; Маркетинг территорий. - Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 235 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81483.html>
3. Логунцова И. В., Малькова И. В. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 163 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450160>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.2 Инструменты и сервисы цифрового PR и маркетинга****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Средства маркетинговых коммуникаций в сети интернет	Собеседование, Тестирование, Контрольная работа
2.	PR как маркетинговый инструмент	Собеседование
3.	Digital PR	Собеседование
4.	Основные виды цифрового маркетинга	Опрос, Тестирование
5.	Цифровой маркетинг в современных условиях	Опрос, Тестирование
6.	Аудитория Интернета. Основные принципы работы с аудиторией	Опрос, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Экзамен**Основная литература:**

1. Акулич М. В. Интернет-маркетинг : учебник. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 352 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573342>

2. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В. Интернет-маркетинг : Учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 301 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450115>

3. Катаев А. В., Катаева Т. М. Интернет-маркетинг : учебное пособие. - Ростов-на-Дону|Таганрог: Южный федеральный университет, 2018. - 154 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=499687>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.3 Планирование и реализация коммуникационных кампаний

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 4

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-1 Проводить научное исследование в сфере рекламы и связей с общественностью

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Специфика и классификация целей рекламной и PR-кампании	Собеседование
2.	Информационное планирование	Опрос, Реферат
3.	Событийное планирование.	Собеседование
4.	Специфика и методология работы со СМИ в режиме планирования и организации кампании	Опрос
5.	Планирование и бюджетирование коммуникационных кампаний	Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Жильцова О. Н., Синяева И. М., Жильцов Д. А. Рекламная деятельность : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 233 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451045>

2. Есикова, И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний. - Весь срок охраны авторского права; Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 160 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75208.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.4 Социальные медиа и блогинг

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 4

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Особенности современного медийного пространства	Собеседование
2.	Основные особенности мультимедийности и формы презентации контента	Собеседование
3.	Социальные медиа, их признаки и формы	Тестирование
4.	Форматы презентации контента в социальных медиа. Блогинг.	Собеседование
5.	Видеоблогинг как форма презентации медиаконтента в социальных СМИ	Собеседование
6.	Жанры видеоблогинга	Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Качкаева А. Г., Шомова С. А., Мирошниченко А. А., Лапина-Кратасюк Е. Г. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. - 417 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761>

2. Романов, А. А. Массовые коммуникации : учебное пособие. - 2021-12-31; Массовые коммуникации. - Москва: Евразийский открытый институт, 2010. - 176 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/10771.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.1 Государственные коммуникации в цифровой среде

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 2

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Коммуникации в государственной системе: модели, генезис, функции	Собеседование, Тестирование
2.	Цифровые каналы и инструменты в госкоммуникациях	Собеседование
3.	Правовые и этические основы связей с общественностью в органах власти и управления	Опрос, Контрольная работа
4.	Построение эффективных коммуникаций. Формирование имиджа	собеседование, опрос, Реферат
5.	Управление коммуникационной командой. Оценка политических PR кампаний	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «связи с общественностью». - 2022-03-26; Политическая реклама. Теория и практика. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.01.2 Связи с общественностью в органах государственной власти

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 2

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Правовые и этические основы связей с общественностью в органах власти и управления	Опрос, Контрольная работа
2.	Понятие и значение имиджа субъектов и органов власти	собеседование, опрос, Реферат
3.	Публичные коммуникации в государственной системе: модели, генезис, функции	Собеседование, Тестирование
4.	Организация коммуникационных кампаний	Собеседование
5.	Исследование политических PR-кампаний	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Кузнецов, П. А. Политическая реклама. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «связи с общественностью». - 2022-03-26; Политическая реклама. Теория и практика. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 127 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81729.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.02.1 Разработка и технология производства коммуникационного продукта для цифровой среды

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 3

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Реклама в коммуникационном процессе. Понятие и формула рекламного продукта.	Собеседование
2.	Теория рекламы и создание эффективного коммуникационного продукта. Технология исследования и создания рекламного образа.	Собеседование, Тестирование
3.	Разработка и технологии производства коммуникационного продукта. Технологии разработки фирменного стиля.	Собеседование
4.	Структура рекламного обращения. Звуковые средства создания рекламного образа.	Собеседование, Тестирование
5.	Web-сайт как коммуникационный продукт	Опрос

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Поляков В. А., Романов А. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : Учебник и практикум Для вузов. - Москва: Юрайт, 2019. - 514 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/432145>
2. Ананьева, Н. В., Сулова, Ю. Ю. Рекламная деятельность : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Рекламная деятельность. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017. - 198 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/84112.html>
3. Блум, М. А. Рекламная деятельность : конспект лекций. - Весь срок охраны авторского права; Рекламная деятельность. - Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. - 93 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/64565.html>
4. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография. - 2020-09-18; Эффективный рекламный текст в СМИ. - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. - 480 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/13128.html>

5. Никитин Т. В. Особенности рекламного образа и приемы его создания. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 80 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.02.2 Разработка и технология производства рекламного и PR-продукта****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Понятие и формула рекламного продукта.	Собеседование
2.	Теория рекламы и создание эффективного коммуникационного продукта. Технология исследования и создания рекламного образа.	Собеседование, Тестирование
3.	Технологии разработки фирменного стиля.	Собеседование
4.	Звуковые средства создания рекламного образа.	Собеседование, Тестирование
5.	Web-сайт как коммуникационный продукт	Опрос

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Поляков В. А., Романов А. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : Учебник и практикум Для вузов. - Москва: Юрайт, 2019. - 514 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/432145>
2. Ананьева, Н. В., Сулова, Ю. Ю. Рекламная деятельность : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Рекламная деятельность. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017. - 198 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/84112.html>
3. Блюм, М. А. Рекламная деятельность : конспект лекций. - Весь срок охраны авторского права; Рекламная деятельность. - Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. - 93 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/64565.html>
4. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография. - 2020-09-18; Эффективный рекламный текст в СМИ. - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. - 480 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/13128.html>
5. Никитин Т. В. Особенности рекламного образа и приемы его создания. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 80 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=88257>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.03.1 Антикризисные коммуникации в цифровой среде****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Коммуникационная стратегия: понятие, виды и цели, этапы.	Собеседование
2.	Разработка коммуникационной стратегии в сети интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды, изучение web-аналитики	Собеседование
3.	Оценка эффективности коммуникационной деятельности.	Собеседование
4.	Кризисные коммуникации и антикризисный PR	Собеседование
5.	Выбор стратегии антикризисного PR.	Собеседование
6.	Роль новых медиа в кризисных ситуациях	Собеседование

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - 2021-06-10; Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 408 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86789.html>

2. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : учебное пособие. - Москва: Юнити, 2015. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.03.2 Стратегические коммуникации в цифровой среде****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Современные тенденции цифровых коммуникаций	Опрос, Контрольная работа
2.	Каналы и инструменты коммуникационной деятельности в цифровой среде	Собеседование
3.	Коммуникационная стратегия: понятие, виды и цели, этапы.	Собеседование
4.	Разработка коммуникационной стратегии в сети интернет: анализ спроса, анализ конкурентной среды, изучение web-аналитики	Собеседование
5.	Оценка эффективности коммуникационной деятельности.	Собеседование

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - 2021-06-10; Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 408 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86789.html>

2. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : учебное пособие. - Москва: Юнити, 2015. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.04.2 Медиапродукт в цифровой среде (подкастинг)****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта	Контрольная работа
2.	Подкастинг и стриминг	Собеседование
3.	Возникновение и развитие подкастинга и стриминга в России и мире	Собеседование
4.	Типология и жанровые разновидности подкастов	Собеседование
5.	Технология создания и воплощения подкаста	Собеседование
6.	Запуск и продвижение медиапроекта.	Научный доклад

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Ищенко А. А. Продвижение брендов в веб-пространстве на основе интернет-комьюнити : студенческая научная работа. - Ставрополь: б.и., 2020. - 108 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577884>

2. Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие. - Москва|Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.04.1 Медиапродукт в цифровой среде (проектирование вебсайтов)****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Типы медиапроектов в интернете. Основные понятия в управлении медиапроектами.	Опрос
2.	Медипроектирование как процесс. Современные медиапроекты: виды, типы, характеристики.	Собеседование
3.	Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта	Контрольная работа
4.	Запуск и продвижение медиапроекта.	Собеседование
5.	Продвижение веб-сайта	Собеседование
6.	Анализ успешности веб-сайта	Опрос

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Ищенко А. А. Продвижение брендов в веб-пространстве на основе интернет-комьюнити : студенческая научная работа. - Ставрополь: б.и., 2020. - 108 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577884>

2. Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие. - Москва|Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.05.2 Брендинг территорий****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Понятие брендинга территорий. Структура и разновидности бренда	Собеседование, Реферат
2.	Содержание и атрибуты бренда	Собеседование, Контрольная работа
3.	Коммуникативные, семиотические и социально-психологические аспекты брендинга территорий	Собеседование
4.	Технологии брендинга территорий	Собеседование, Научный доклад
5.	Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом территорий	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Земляк С. В., Карпова С. В., Арский А. А., Константиныди Х. А., Стыцук Р. Ю., Тюрин Д. В., Баудер Е. А., Захаренко И. К., Земляк С. Н., Садриев Р. Д. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 262 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450188>

2. Позднякова, Ж. С., Алферова, Л. В. Маркетинг территорий : учебное пособие. - 2029-02-28; Маркетинг территорий. - Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 235 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81483.html>

3. Логунцова И. В., Малькова И. В. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 163 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450160>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.05.1 Территориальный и страновой брендинг****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 3**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Понятие брендинга территорий. Структура и разновидности бренда	Собеседование, Реферат
2.	Содержание и атрибуты бренда	Собеседование
3.	Коммуникативные, семиотические и социально-психологические аспекты брендинга территорий	Опрос
4.	Технологии брендинга территорий	Собеседование
5.	Бренд-менеджмент и стратегии управления брендом территорий	Опрос, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Земляк С. В., Карпова С. В., Арский А. А., Константиныди Х. А., Стыцук Р. Ю., Тюрин Д. В., Баудер Е. А., Захаренко И. К., Земляк С. Н., Садриев Р. Д. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 262 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450188>

2. Позднякова, Ж. С., Алферова, Л. В. Маркетинг территорий : учебное пособие. - 2029-02-28; Маркетинг территорий. - Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 235 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81483.html>

3. Логунцова И. В., Малькова И. В. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 163 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450160>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.1 Менеджмент в сфере внешних и внутренних общественных связей

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 3

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Методы и инструменты менеджмента	Собеседование
2.	Основные понятия рекламного менеджмента. Информационное обеспечение рекламы	Опрос
3.	Планирование рекламной деятельности	Опрос
4.	Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности.	Опрос
5.	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	Опрос
6.	Антикризисный PR	Опрос

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Абчук В. А., Трапицын С. Ю., Тимченко В. В. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 249 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/452406>
2. Андреев, В. Д., Боков, М. А., Матющенко, Н. С., Романова, Г. М., Шаповалов, В. И. Теория и практика современного менеджмента : научное издание. - Весь срок охраны авторского права; Теория и практика современного менеджмента. - Саратов: Вузовское образование, 2017. - 265 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/58323.html>
3. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителя : Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 141 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.06.2 Работа информационных служб со средствами массовой информации

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 3

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в сфере рекламы и связей с общественностью

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности.	Опрос
2.	Роль социологии общественного мнения для организации работы информационных служб	Собеседование
3.	Деятельность информационных служб по формированию имиджа организации и лидера	Опрос
4.	Планирование рекламной деятельности	Опрос
5.	Менеджмент новостей и конструирование новостной информации	Опрос
6.	Антикризисный PR	Опрос

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Абчук В. А., Трапицын С. Ю., Тимченко В. В. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 249 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/452406>
2. Андреев, В. Д., Боков, М. А., Матющенко, Н. С., Романова, Г. М., Шаповалов, В. И. Теория и практика современного менеджмента : научное издание. - Весь срок охраны авторского права; Теория и практика современного менеджмента. - Саратов: Вузовское образование, 2017. - 265 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/58323.html>
3. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителя : Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 141 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.1 Корпоративные коммуникации в медиасреде

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 1

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Корпоративные коммуникации как вид профессиональной деятельности	Собеседование, Реферат
2.	Основы корпоративной идентичности	Собеседование
3.	Корпоративная коммуникационная политика и управление имиджем	Опрос
4.	Организация корпоративного информационного пространства	Собеседование
5.	Деловое общение руководителя и управление коммуникационными процессами	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Земляк С. В., Карпова С. В., Арский А. А., Константиныди Х. А., Стыцук Р. Ю., Тюрин Д. В., Баудер Е. А., Захаренко И. К., Земляк С. Н., Садриев Р. Д. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 262 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450188>
2. Позднякова, Ж. С., Алферова, Л. В. Маркетинг территорий : учебное пособие. - 2029-02-28; Маркетинг территорий. - Челябинск, Саратов: Южно-Уральский институт управления и экономики, Ай Пи Эр Медиа, 2019. - 235 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81483.html>
3. Логунцова И. В., Малькова И. В. Маркетинг территорий : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 163 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/450160>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.3 Общий курс физической подготовки

Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: заочная

Семестры: 1, 2, 3, 4

Сетевая форма обучения: Не реализуется

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Техника безопасности на занятиях Развитие координационных способностей: - способность к реагированию; -способность к равновесию; -ориентационная способность	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
2.	Развитие гибкости позвоночника и увеличение подвижности в крупных суставах	Сдача контрольных нормативов
3.	Развитие скоростно-силовых способностей. Гимнастические упражнения, развивающие скоростно-силовые качества; упражнения со скакалкой; прыжковые упражнения с барьером; метания; полоса препятствий.	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
4.	Развитие выносливости средствами легкой атлетики. Техника и тактика бега на длинные дистанции. Составление комплексов общеразвивающих упражнений	Сдача контрольных нормативов
5.	Общие сведения о дисциплине. Техника безопасности на занятиях. Развитие быстроты средствами легкой атлетики. Техника и тактика бега на короткие дистанции	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
6.	Развитие скоростной выносливости средствами легкой атлетики. Техника и тактика бега на средние дистанции	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
7.	Развитие силы. Упражнения, отягощенные весом собственного тела. Статические упражнения в изометрическом режиме.	Сдача контрольных нормативов
8.	Обучение прикладным упражнениям. Составление комплексов общеразвивающих упражнений	Сдача контрольных нормативов

9.	Развитие координационных способностей: - способность к реагированию; - способность к равновесию; - ориентационная способность	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
10.	Развитие гибкости позвоночника и увеличение подвижности в крупных суставах	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
11.	Развитие скоростно-силовых способностей. Гимнастические упражнения, развивающие скоростно-силовые качества; упражнения со скакалкой; прыжковые упражнения с барьером; метания; полоса препятствий.	Сдача контрольных нормативов
12.	Развитие выносливости средствами легкой атлетики. Техника и тактика бега на длинные дистанции. Составление комплексов общеразвивающих упражнений	Сдача контрольных нормативов
13.	Техника безопасности на занятиях Развитие быстроты средствами легкой атлетики. Техника и тактика бега на короткие дистанции.	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
14.	Развитие скоростной выносливости средствами легкой атлетики. Техника и тактика бега на средние дистанции.	Сдача контрольных нормативов, Сдача контрольных нормативов
15.	Развитие силы. Упражнения, отягощенные весом собственного тела. Статические упражнения в изометрическом режиме.	Сдача контрольных нормативов
16.	Обучение прикладным упражнениям. Составление комплексов общеразвивающих упражнений	Сдача контрольных нормативов

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Витун В. Г., Кабышева М. И. Силовая подготовка студентов в процессе высшего образования : учебное пособие. - Оренбург: Оренбургский государственный университет, 2014. - 110 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=330602>
2. Новиков, Ю. Н., Готовцев, Е. В., Яковенко, Ю. Н. Силовая подготовка : вариативная часть физической культуры. учебно-методическое пособие для студентов и преподавателей. - 2025-03-01; Силовая подготовка. - Воронеж: Воронежский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. - 50 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/59130.html>
3. Барчуков И. С. Теория и методика физического воспитания и спорта : учебник. - 2-е изд., стер.. - М.: КНОРУС, 2012. - 365 с.
4. Холодов Ж.К., Кузнецов В.С. Теория и методика физического воспитания и спорта : учебное пособие для студентов высших учебных заведений. - 3-е изд., стер.. - Москва: Академия, 2004. - 479 с.
5. Никитушкин В. Г., Чесноков Н. Н., Чернышева Е. Н. Теория и методика физического воспитания. Оздоровительные технологии : Учебное пособие Для СПО. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2021. - 246 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/472705>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**ФТД.2 Современные исследования медиапотребления****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Общественные коммуникации в цифровой среде

Квалификация (степень) выпускника: Магистр**Формы обучения:** заочная**Семестры:** 2**Сетевая форма обучения:** Не реализуется**Цель освоения дисциплины:**

Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Ключевые особенности медиапотребления в условиях цифровизации	Собеседование
2.	Восприятие информации, фейк-ньюс, факт-чекинг, постправдивая эпоха	Собеседование
3.	Подходы к исследованию массмедиа	Собеседование
4.	Медиавосприятие. Проблема формирования медиакультуры у современной аудитории	Собеседование, Опрос
5.	Роль медиа и медиаобразования в современном мире.	Контрольная работа

Формы промежуточной аттестации: Зачет**Основная литература:**

1. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи : монография. - 2-е изд., перераб. и доп.. - Москва: Московский педагогический государственный университет (МПГУ), 2018. - 214 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500393>

2. Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник. - 4-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 488 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496159>