



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова»

УТВЕРЖДЕНО  
Ученым советом МГТУ им. Г.И. Носова  
Протокол № 4 от 25 февраля 2026 г.  
Ректор МГТУ им. Г.И. Носова,  
председатель ученого совета  
\_\_\_\_\_ Д.В. Терентьев

**АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН  
ПО ОСНОВНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки  
**42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ**

Направленность (профиль) программы  
**Коммуникации в цифровой среде**

Магнитогорск, 2026

ОП-ДИРСб-26-1

## АННОТАЦИИ ДИСЦИПЛИН ПО ПРОГРАММЕ БАКАЛАВРИАТА

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
<b>БЛОК 1. ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ)</b>			<b>7344 / 204</b>
<b>Обязательная часть</b>			<b>4788 /133</b>
Б1.О.01	<b>История России</b>	УК-5	144/4
Б1.О.01.01	<p><b>Отечественная история</b> сформировать у студентов комплексное представление о культурно-историческом своеобразии России, ее месте в мировой и европейской цивилизации; сформировать систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях всемирно-исторического процесса, с акцентом на изучение истории России; введение в круг исторических проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности, выработка навыков получения, анализа и обобщения исторической информации.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. История в системе социально-гуманитарных наук. Основы методологии исторической науки</li> <li>2. НАРОДЫ И ГОСУДАРСТВА НА ТЕРРИТОРИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ В ДРЕВНОСТИ. РУСЬ В IX — ПЕРВОЙ ТРЕТИ XIII ВВ.</li> <li>3. Россия и мир в XVI-XVII вв</li> <li>4. РОССИЯ В XVIII В. .</li> <li>5. Россия и мир в XIX - начале XX вв.</li> <li>6. Россия и мир между двумя мировыми войнами. Вторая мировая война.</li> <li>7. Россия и мир во второй половине XX века</li> <li>8. СОВРЕМЕННАЯ РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ (1991–2022)</li> </ol>	УК-5	72/2
Б1.О.01.02	<p><b>История Великой Отечественной войны</b> Цели и задачи изучения дисциплины: сформировать у студентов комплексное представление об истории Великой Отечественной войны, ее месте в спасении мировой цивилизации; воспитать чувство гражданственности и патриотизма, готовность к сохранению исторической памяти, выработать навыки поиска, анализа и отделения исторических фактов от фальсификаций.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Великая Отечественная война: военное противоборство</li> <li>2. Советские территории в условиях оккупации</li> <li>3. Советское государство в условиях военной мобилизации</li> <li>4. Итоги и последствия Великой</li> </ol>	УК-5	72/2

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	Отечественной войны и второй мировой войны для страны и мира		
Б1.О.02	<p><b>Философия</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формировать способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;</li> <li>- развивать способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;</li> <li>- способствовать развитию гуманитарной культуры студента посредством его приобщения к опыту философского мышления, формирования потребности и навыков критического осмысления состояния, тенденций и перспектив развития культуры, цивилизации, общества, истории, личности.</li> <li>- предоставление необходимого минимума знаний для формирования мировоззренческих оснований научно-исследовательской деятельности;</li> <li>- сформировать представление о специфике философии как способе познания и духовного освоения мира;</li> <li>- определить основания активной жизненной позиции, ввести в круг философских проблем, связанных с областью будущей профессиональной деятельности.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мировоззренческая сущность философии.</li> <li>2. Общая логика становления основных категорий философии</li> <li>3. Философская картина мира</li> <li>4. Познание как предмет философского анализа</li> </ol>	УК-1; УК-5	108/3
Б1.О.03	<p><b>Иностранный язык</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- повышение исходного уровня владения иностранным языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными партнерами, а также для дальнейшего самообразования.</li> </ul> <p>Изучение иностранного языка призвано также обеспечить:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) социализацию личности;</li> </ol>	УК-4; ОПК-1	252 /7

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>2) организацию обучения и воспитания в сфере образования с использованием технологий, соответствующих возрастным особенностям обучающихся и отражающих специфику предметной области;</p> <p>3) осуществление профессионального самообразования и личностного роста, проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Я и моя семья в современном мире</li> <li>2. Я и моё образование</li> <li>3. Я и моя будущая профессия</li> </ol>		
Б1.О.04	<p><b>Правоведение</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: формирование у студентов знаний, позволяющих обучающимся ориентироваться в системе законодательства Российской Федерации, давать юридическую оценку реальным событиям общественной жизни</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы государства и права</li> <li>2. Основы частного права</li> <li>3. Основы публичного права</li> <li>4. Особенности правового регулирования будущей профессиональной деятельности</li> </ol>	УК-2; УК-10	72/2
Б1.О.05	<p><b>Безопасность жизнедеятельности</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- формирование навыков в области оказания приемов первой помощи;</li> <li>- изучение методов защиты в условиях чрезвычайных ситуаций в соответствии с современными тенденциями</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теоретические основы безопасности жизнедеятельности</li> <li>2. Защита населения и территорий в чрезвычайных ситуациях</li> <li>3. Формирование опасностей в производственной среде</li> <li>4. Технические методы и средства повышения безопасности и экологичности производственных систем</li> <li>5. Правовые и организационные основы безопасности жизнедеятельности</li> <li>6. Ситуационная помощь людям с ограниченными возможностями здоровья</li> </ol>	УК-8	108/3

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
Б1.О.06	<p><b>Социальное партнерство</b> Цели и задачи изучения дисциплины: Основной целью дисциплины является достижение следующих образовательных результатов: обновление и углубление знаний студентов в области социального партнерства в Российской Федерации и, а также сущности, содержания, принципов, механизмов реализации данного социального феномена, получившего масштабное развитие в современных социально-экономических и социокультурных условиях.</p> <p>Основные разделы дисциплины: 1. Социальное партнёрство в системе социально-трудовых отношений в РФ. 2. Органы местного самоуправления в системе социального партнерства</p>	УК-2; УК-3	72/2
Б1.О.07	<p><b>Личностно-профессиональное саморазвитие</b> Цели и задачи изучения дисциплины: формирование профессионально-личностных качеств бакалавра</p> <p>Основные разделы дисциплины: 1. Психология 2. Личность в системе межличностных отношений</p>	УК-6	108/3
Б1.О.08	<p><b>Деловая коммуникация на русском языке</b> Цели и задачи изучения дисциплины: - овладение студентами способностью логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь; - овладением навыками осуществления эффективной коммуникации в профессиональной среде, способностью грамотно излагать мысли в устной и письменной речи; - овладение способностью к составлению научно-аналитических отчетов, пояснительных записок для обеспечения проектной, управленческой и информационно-маркетинговой деятельности.</p> <p>Основные разделы дисциплины: 1. Общая характеристика деловой коммуникации 2. Языковые нормы в профессиональной коммуникации 3. Документационное обеспечение деловой коммуникации 4. Устное деловое общение</p>	УК-4	72/2
Б1.О.09	<p><b>Культурология</b> Цели и задачи изучения дисциплины: – формирование у студентов устойчивых и целостных представлений о культуре как</p>	УК-5	72/2

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>специфической и универсальной форме человеческой самоорганизации; об основных формах и закономерностях мирового процесса развития культуры;</p> <p>– получение студентами базовых знаний о культурологии как науке; об основных разделах современного культурологического знания, о проблемах и методах исследований в области культуры;</p> <p>– выработка навыков самостоятельного овладения студентами миром ценностей культуры для совершенствования своей личности и профессионального мастерства.</p> <p>Основные разделы дисциплины:  <b>1. Культура как основной предмет изучения культурологии</b>  <b>2. Типология культуры</b>  <b>3. Основные культурологические концепции</b></p>		
Б1.О.10	<p><b>Физическая культура и спорт</b>  Цели и задачи изучения дисциплины:  формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта для сохранения и укрепления здоровья, а также подготовка к будущей профессиональной деятельности</p> <p>Основные разделы дисциплины:  1. Физическая культура в профессиональной подготовке студентов и социокультурное развитие личности студента.  2. Общая физическая и спортивная подготовка студентов в образовательном процессе.  3. Легкая атлетика  4. Волейбол  5. Футбол  6. Подвижные игры  7. Методические основы самостоятельных занятий физическими упражнениями самоконтроль в процессе занятий.  8. Атлетическая гимнастика. Гиревой спорт .  9. Баскетбол  10. Настольный теннис</p>	УК-7	72/2
Б1.О.11	<p><b>Проектная деятельность</b>  Цели и задачи изучения дисциплины:  - изучить основы планирования выпусков СМИ;  - приобрести навыки работы с источниками информации, используя разнообразные методы ее сбора, селекции и проверки;  - изучить технологию поиска злободневных тем, языковых и других изобразительно-выразительных средств;</p>	УК-2; УК-3	180/5

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>- познакомить студентов с принятыми в прессе форматами, стандартами и технологическими требованиями;</p> <p>Основные разделы дисциплины:  1. Периодическая печать  2. Радиовещание  3. Телевидение</p>		
Б1.О.12	<p><b>Продвижение научной продукции</b>  Цели и задачи изучения дисциплины:  развитие у студентов личностных качеств, а также формирование профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС. В процессе изучения дисциплины студенты должны получить полное и глубокое представление о видах научной продукции и путях продвижения ее на рынок, получение комплекса знаний о системе государственной поддержки, грантах, фондах и оформлении конкурсной документации и патентной документации.</p> <p>Основные разделы дисциплины:  1. Научная продукция  2. Пути продвижения на рынок  3. Системы финансирования и государственной поддержки  4. Принципы взаимодействия с научно-исследовательскими институтами РАН  5. Конкурсная документация и ее оформление</p>	УК-1	108/3
Б1.О.13	<b>Коммуникология</b>	УК-1; УК-4; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-7	432/12
Б1.О.13.01	<p><b>Основы теории коммуникации</b>  Цели и задачи изучения дисциплины:  - создать представление о системе общественных и государственных институтов, механизмах их функционирования и тенденциях развития;  - научить соблюдать принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов</p> <p>Основные разделы дисциплины:  1. Предмет и базовые аспекты теории коммуникации  2. Коммуникативный процесс: составные части  3. Виды коммуникации  4. Уровни коммуникации</p>	ОПК-2	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
Б1.О.13.02	<p><b>Социология массовых коммуникаций</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;</li> <li>- развить способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;</li> <li>- развить способность 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</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социология журналистики как отраслевое направление социологической науки</li> <li>2. Количественные и качественные социологические методы в труде журналиста</li> <li>3. Социологические публикации в прессе</li> </ol>	ОПК-2; ОПК-4; ОПК-5	108/3
Б1.О.13.03	<p><b>Психология и этика массовых коммуникаций</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>изучение психология массовых коммуникаций и функционирования института СМК (средства массовой коммуникации) в современном социуме, знание закономерностей развития и специфики отдельных средств массовых коммуникаций. В рамках курса рассматривается роль рекламы в структуре СМК, а также особенности влияния этнокультурных и гендерных факторов на содержание информационных продуктов.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие аудитории СМК. Типология аудитории. Воздействие информационных продуктов на различные виды аудитории</li> <li>2. Психология восприятия рекламы. Реклама как вид воздействующей коммуникации</li> <li>3. Экспертиза медиапродукции</li> </ol>	УК-4; ОПК-7	108/3
Б1.О.13.04	<p><b>Теория и практика массовой информации</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>-сформировать у студентов комплексное научное понимание закономерностей, принципов, норм функционирующей системы массовой коммуникации, обучить их творческим приемам и методам решения профессиональных операций, обеспечивающих баланс информационных интересов личности, общества и государства,</p>	УК-1; УК-4; ОПК-1	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>сформировать представление о профессиональной деятельности, привить основы профессиональной культуры.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Раскрыть содержание курса «Теория и практика массовой информации» как системы профессиональных знаний;</li> <li>- Дать студентам целостное и всестороннее представление о назначении, характере, содержании и социальных основах современной коммуникативистики (журналистики);</li> <li>-Привить студентам навыки журналистского творчества и организационно-редакционной деятельности;</li> <li>- Выработать навыки работы с учебной литературой по данному курсу, самостоятельного решения практических ситуаций и задач. в свою очередь, соответствует тенденциям общемирового развития науки и общества в целом.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Природа возникновения, определения и развития информации</li> <li>2. Журналистика как средство информации.</li> </ol>		
Б1.О.14	<p><b>Брендинг территорий</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>всестороннее изучение отечественного и международного брендинга территорий в его коммуникативном, потребительском, социальном, гуманитарном и прикладном аспектах;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- практическое освоение принципов и технологий современного коммуникативного процесса и бренд-коммуникаций в территориальном брендинге</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>1. Понятие территориального брендинга</b></li> <li><b>2. Восприятие и имидж территории внешней аудиторией</b></li> <li><b>3. Системы бренд-идентификации территории и ее типология</b></li> <li><b>4. Управление брендом территории: ребрендинг, редизайн и рестайлинг</b></li> <li><b>5. Инструменты и технологии территориального брендинга</b></li> </ol>	УК-2; ОПК-5	108/3
Б1.О.15	<p><b>Язык в контексте культуры</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развивать способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;</li> </ul>	ОПК-3	108/3

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>- научить выявлять и распознавать культурные смыслы, которые носители языка вкладывают в языковые единицы, чтобы в дальнейшем использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.</p> <p>Основные разделы дисциплины:  <b>1. Лингвистические научные парадигмы</b>  <b>2. Лингвокультурология в кругу других интегральных дисциплин гуманитарных исследований.</b>  <b>3. Квазинаучная мифология</b>  <b>4. Лексика заговоров</b>  <b>5. Безэквивалентная лексика и лакуны</b>  <b>6. Прецедентные феномены</b>  <b>7. Стереотипы</b>  <b>8. Познание культуры через фразеологию</b></p>		
Б1.О.16	<p><b>Нормативность устной и письменной речи</b>  Цели и задачи изучения дисциплины:  повышение исходного уровня практического владения орфографическими и пунктуационными нормами современного русского языка и овладение студентами необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения задач профессиональной и учебно-научной деятельности. Курс ориентирован на закрепление орфографических и пунктуационных навыков, необходимых для грамотного оформления письменного текста.  Основные разделы дисциплины:  1. "Орфография русского языка"  2. "Пунктуация русского языка "</p>	ОПК-1	180/5
Б1.О.17	<p><b>История и актуальные проблемы масс-медиа</b>  Цели и задачи изучения дисциплины:  - развивать способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов  - развивать способность 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</p>	ОПК-3; ОПК-5	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. История развития рекламы и СМИ в античном обществе</li> <li>2. Развитие рекламы и СМИ в западноевропейской средневековой культуре</li> <li>3. Рекламно-информационная деятельность в Европе в эпоху Нового времени XVI – XVII вв.</li> <li>4. Развитие западноевропейской рекламы и СМИ в XIX-XX вв.</li> <li>5. Виды проторекламы на Руси. Развитие и коммерциализация прессы (30-50 гг. XIX в.)</li> <li>6. Реклама и СМИ в России в XX в. Современные тенденции</li> </ol>		
Б1.О.18	<p><b>Основы редактирования медиатекстов</b> Цели и задачи изучения дисциплины: - дать системное представление о редактировании как научной и практической дисциплине, освоение которой обеспечивает комплекс компетенций по редактированию материалов и созданию текстов для СМИ</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Введение в учебную дисциплину</li> <li>2. Активные процессы в языке современной массовой коммуникации</li> <li>3. Редактирование письменных текстов</li> <li>4. Редактирование текстов аудиовизуальных СМИ</li> </ol>	ОПК-1	288/8
Б1.О.19	<p><b>Система жанров массовой коммуникации</b> Цели и задачи изучения дисциплины: сформировать теоретические основы использования системы жанров современной журналистики (в т.ч. синтетических), сформировать профессиональные навыки, необходимые для подготовки журналистского текста, дать общие представления о трансформации классических жанров современной системы СМИ.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Понятие жанра. Жанрообразующие факторы. Типология жанров массовой коммуникации.</b></li> <li>2. <b>Информационные жанры массовой коммуникации</b></li> <li>3. <b>Аналитические жанры массовой коммуникации.</b></li> <li>4. <b>Художественно-публицистические жанры массовой коммуникации.</b></li> <li>5. <b>Жанры современных отечественных медиа</b></li> <li>6. <b>Особенности процесса создания текста в зависимости от избранного жанра.</b></li> </ol>	ОПК-4	144/4
Б1.О.20	<p><b>История и теория дизайна</b> Цели и задачи изучения дисциплины:</p>	УК-1; УК-5	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>формирование у студентов профессиональных знаний и умений в области основных направлений дизайна, изучение процесса становления дизайна как вида профессиональной деятельности в контексте истории мировой материально-художественной культуры, его культурно-исторических и социально-экономических предпосылок, целей, средств и методов дизайнерской деятельности, дать студентам общее представление о месте дизайна в современном обществе.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Определение дизайна, как формальной деятельности и как составного элемента экономической системы.</li> <li>2. Искусство и ДПИ в эпоху Античности и Средневековья</li> <li>3. Искусство и ДПИ в эпоху Возрождения и Новое время</li> <li>4. Теоретические концепции западного дизайна</li> <li>5. Теоретические концепции отечественного дизайна</li> </ol>		
Б1.О.21	<p><b>Основы медиапланирования</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</li> <li>- развить способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Медиапланирование: базовые понятия и основания</li> <li>2. Информационный контакт, частота и эффективность</li> <li>3. Охват, частота и рейтинг</li> <li>4. Информационный контакт, частота и эффективность</li> <li>5. Планирование медиабюджета</li> <li>6. Виды медиаисследований и форматы представления данных. Мониторинг</li> <li>7. Классификация видов и систем мониторинга. Принципы, алгоритм, этапы проведения мониторинга</li> <li>8. Общие принципы медиапланирования</li> </ol>	ОПК-2; ОПК-3; ОПК-5	108/3
Б1.О.22	<b>Мировая литература</b>	УК-1; УК-5	216/6

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>Цели и задачи изучения дисциплины:  формирование общекультурных и профессиональных компетенций будущего филолога, в том числе знаний в области теории и истории мировой литературы и культуры, их основных тенденций развития, творчества наиболее значимых писателей, деятелей культуры, новейших теорий, интерпретаций, методов и технологий в сфере изучения литературного процесса; знакомство с основным ходом развития историко-литературного процесса; овладение навыками литературоведческого анализа на разных уровнях (проблемно-тематическом, структурно-композиционном и т.д.); формирование и развитие умений и навыков исследовательской деятельности, направленных на выявление особенностей развития зарубежной литературы; формирование навыков работы с научным материалом, словарями-справочниками, исследовательской литературой, рассматривающей многочисленные аспекты зарубежной культуры и литературы.</p> <p>Основные разделы дисциплины:  1. Античная литература  2. История зарубежной литературы средних веков и эпохи Возрождения  3. История зарубежной литературы XVII-XVIII вв.  4. История зарубежной литературы XIX в.  Романтизм</p>		
Б1.О.23	<p><b>Экономика</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:  - изучение фундаментальных закономерностей экономического развития общества, лежащих в основе всей системы экономических знаний, анализ функционирования рыночной экономики на микро и макроуровне, определение роли государственных институтов в экономике, рассмотрение теоретических концепций, обосновывающих механизм эффективного функционирования экономики;  - освоение навыков оценки использования ресурсов предприятия и результатов его деятельности;  - формирование у студентов основ экономического мышления;  - выработка способности использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;  - формирование компетенций, необходимых при решении профессиональных задач.</p> <p>Основные разделы дисциплины:  1. Микроэкономика</p>	УК-9	72/2

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	2. Макроэкономика 3. Экономика предприятия		
Б1.О.24	<p><b>Психология восприятия коммуникационных продуктов</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: расширение общегуманитарного кругозора бакалавров, она предполагает обращение к философскому аспекту в решении базовых лингвистических проблем – язык и мышление, язык и речь, социальная природа языка, специфика языкового знака.</p> <p>Основные разделы дисциплины: 1. Психология коммуникации 2. Психолингвистика и нейролингвистика 3. Психологические, социокультурные и лингвистические основы теории речевой деятельности. 4. Исследование процесса порождения речи. Модели порождения речи. Исследование процесса речевосприятия. 5. Эксперимент как ведущий метод психо- и нейролингвистики. Типы экспериментальных исследований</p>	УК-5; ОПК-7	144/4
Б1.О.25	<p><b>Рекламная этика</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: ознакомление студентов с моральными проблемами, возникающими в профессиональной работе специалиста по рекламе и связям с общественностью. Для достижения цели следует решить следующие задачи:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать у студентов систематические представления о предмете этики в рекламной деятельности и связях с общественностью;</li> <li>- доказать необходимость этического регулирования деятельности в области рекламы и связей с общественностью;</li> <li>- использовать приобретенные знания для решения конкретных задач морального выбора и этического анализа конфликтных ситуаций;</li> <li>- показать значение программ корпоративной социальной ответственности бизнеса и важность их внедрения в практическую деятельность;</li> <li>- раскрыть смысл и назначение различных документов по этическому регулированию в области бизнеса и иных сферах публичной деятельности.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины: 1. Особенности профессиональной этики, место рекламы в системе профессиональной морали</p>	ОПК-4; ОПК-7	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>2. Шесть теоретических моделей, шесть способов аргументации в современной этике.</p> <p>3. Этические критерии деятельности в рекламе</p> <p>4. Этические ограничения в рекламе</p> <p>5. Личность специалиста: критерии профессионального и нравственного совершенства</p> <p>6. Дилеммы современной прикладной этики</p>		
Б1.О.26	<p><b>Политический PR</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: изучение условий, тенденций и закономерностей развития политических медиакоммуникаций как важнейшей формы бытования массовой коммуникации. Данная цель предполагает решение следующих задач:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• выявление и раскрытие возможностей новых научных методов анализа политических технологий;</li> <li>• анализ политико-информационных процессов;</li> <li>• проектирование посредством дискурсных практик последствий воздействия политического медиадискурса на массовое сознание и психику.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Политические технологии как институциональная форма общения</b></li> <li>2. <b>Лингвистические характеристики политического дискурса как медиаплатформы политтехнологий.</b></li> <li>3. <b>Социально-коммуникативные характеристики политического медиаполя.</b></li> <li>4. <b>Прагматические характеристики политических технологий</b></li> </ol>	ОПК-2; ОПК-5	288 /8
Б1.О.27	<p><b>Основы интернет-маркетинга</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: формирование у студентов знаний в области применения возможностей интернет технологий в продвижении на рынок предприятия, а также практического применения знаний, полученных в курсе маркетинга, приобретение студентами умений и навыков, необходимых для успешной деятельности в качестве специалистов-маркетологов на предприятиях любой формы собственности.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обзор инструментов интернет-маркетинга</li> <li>2. Разработка стратегии интернет-маркетинга.</li> <li>3. Создание и оптимизация сайта</li> <li>4. Маркетинг в социальных сетях и новых медиа</li> <li>5. Управление проектами в интернет-маркетинге.</li> </ol>	ОПК-5	180 /5

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
Б1.О.28	<p><b>Аналитика интернет-маркетинга</b> Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- освоение современных подходов к интернет продвижению;</li> <li>- получение студентами базовых практических навыков в поисковой оптимизации сайта, запуске рекламных кампаний в социальных сетях, а также в области контекстной рекламы в Яндекс.Директ и Google Ads.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы поискового продвижения (SEO). Структура сайта, семантическое ядро</li> <li>2. Основы использования автоматических сервисов</li> </ol>	ОПК-5; ОПК-6	144/4
Б1.О.29	<p><b>Правовые основы рекламы и PR</b> Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность 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;</li> <li>- развить способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Законодательство о средствах массовой информации в Российской Федерации</li> <li>2. Свобода в сфере массовой информации: понятие, пределы, ответственность</li> <li>3. Современная законодательная политика в сфере СМИ и демократический информационный порядок</li> <li>4. Права и обязанности участников деятельности СМИ</li> <li>5. Правовой статус периодического издания, участников деятельности СМИ. Права и обязанности участников деятельности СМИ</li> <li>6. Особенности правоотношений организации и выпуска периодических изданий</li> <li>7. Механизмы правовой охраны и защиты в сфере массовой информации</li> <li>8. Перспективы развития законодательной политики в сфере СМИ</li> </ol>	ОПК-5; ОПК-7	108/3
Б1.О.30	<p><b>Система СМИ</b> Цели и задачи изучения дисциплины: приобретение студентами знаний о</p>	ОПК-5	108/3

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>медиапространстве и медийном сообществе как единой системе, функционирующей в многообразных сегментах-подсистемах печатных и электронных СМИ, интернет-ресурсов, информационных агентств, пресс-служб. В процессе освоения дисциплины обучающиеся знакомятся с типологическими особенностями газетной и журнальной периодики, проблемами и тенденциями развития прессы, типоформирующими признаками федеральных, региональных и местных изданий. Системные характеристики телевизионных и радиовещательных СМИ рассматриваются в контексте стремительного прогресса информационно-коммуникативных технологий, конвергенции традиционных и новых медиа, расширения границ информационного поля и, как следствие, трансформации характера воздействия СМИ на аудиторию. Студенты учатся профессионально описывать модель печатного издания, определять формат радиойной и телевизионной программы, оценивать информационную политику редакций СМИ, выявлять функциональные и типобразующие характеристики СМИ с учетом их дифференциации.</p> <p>Основные разделы дисциплины:  1. Система российских СМИ  2. Перспективы развития современной системы СМИ</p>		
Б1.О.31	<p><b>Информационные технологии в СМИ</b>  Цели и задачи изучения дисциплины:  Формирование у студентов базовых знаний об интернет - журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, о специфике работы специалиста по связям с общественностью в конвергентных СМИ.  Задачи дисциплины  - изучение основных понятий, свойств, законов и функций интернет - журналистики;  - формирование целостного и системного представления об Интернете как массово-коммуникационной среде;  - изучение возможностей использования информационных технологий в творческой работе специалиста по связям с общественностью;  - выработка практических навыков организации творческого процесса и использования Интернет - пространства в профессиональной деятельности;  - знакомство с вопросами правового регулирования</p>	ОПК-5; ОПК-6	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>массовой информации в сети Интернет и легитимного использования ресурсов сети в профессиональной деятельности.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие информационных технологий в СМИ и динамика их становления</li> <li>2. Онлай-СМИ России</li> <li>3. Три способа поиска информации в Сети Интернет</li> </ol>		
Б1.О.32	<p><b>Профессиональный имидж</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- дать целостное представление о принципах и технологиях имиджирования, познакомить с инструментарием имиджмейкеров, обучить учащихся технологиям грамотного конструирования успешного, профессионально ориентированного имиджа, помочь студентам в приобретении навыков и умений эффективного управления имиджем в профессиональной сфере.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Имидж в контексте тенденций современной цивилизации и культуры</li> <li>2. Имиджмейкинг</li> <li>3. Имидж специалиста в сфере рекламы</li> </ol>	УК-6; ОПК-4	108/3
Б1.О.33	<p><b>Основы российской государственности</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Что такое Россия</li> <li>2. Российское государство-цивилизация</li> <li>3. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации</li> <li>4. Политическое устройство России</li> <li>5. Вызовы будущего и развитие страны</li> </ol>	УК-5	72/2
Б1.О.ДВ.01	<b>Дисциплины (модули) по выбору 2 (ДВ.2)</b>	ОПК-2; ОПК-	72/2

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
		3	
Б1.О.ДВ.01.0 1	<p><b>Новейшие медиа в системе СМИ</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;</li> <li>- развить способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Виртуальная реальность</li> <li>2. Мультизадачность аудитории</li> <li>3. Узкая специализация новейших СМИ</li> <li>4. Трансформация контента</li> <li>5. Специфика работы редакции</li> <li>6. Социальные сети как новая площадка и инструмент продвижения контента</li> <li>7. Мобильные приложения</li> <li>8. Новые форматы аудиовизуальных СМИ</li> </ol>	ОПК-2; ОПК-3	72/2
Б1.О.ДВ.01.0 2	<p><b>Социальные медиа в системе СМИ</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>приобретение студентами знаний о медиапространстве и медийном сообществе как единой системе, функционирующей в многообразных сегментах-подсистемах печатных и электронных СМИ, интернет-ресурсов, информационных агентств, пресс-служб.</p> <p>В процессе освоения дисциплины обучающиеся знакомятся с типологическими особенностями социальных СМИ, проблемами и тенденциями их развития, типформирующими признаками федеральных, региональных и местных изданий.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Система российских СМИ</li> <li>2. Социальные медиа в системе СМИ: трансформация медиапространства</li> <li>3. Конвергенция, мультимедиазация и интерактивность СМИ</li> <li>4. Развитие новых медиа</li> </ol>	ОПК-2; ОПК-3	72/2
Б1.О.ДВ.02	<b>Дисциплины (модули) по выбору 3 (ДВ.3)</b>	ОПК-4	108/3
Б1.О.ДВ.02.0 1	<p><b>Психология творческой деятельности</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• познакомить студента со структурой и природой творческих способностей, принципами и методами развития креативности;</li> <li>• научить студента развивать творческие способности с учетом их собственных</li> </ul>	ОПК-4	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>особенностей;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• помочь студенту овладеть стратегиями творческого мышления и новыми подходами к самовыражению.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы психологии</li> <li>2. Психология художественного речетворчества</li> </ol>		
Б1.О.ДВ.02.02	<p><b>Текст и дискурс</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;</li> <li>- сформировать представление о феноменах "текст" и "дискурс".</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Феномен дискурса в современных научных исследованиях.</li> <li>2. Основные направления и аспекты текстовых исследований</li> <li>3. Основы теории текста.</li> <li>4. Особенности анализа текстовых категорий</li> <li>5. Определение статуса устных произведений</li> <li>6. Филологический анализ текста</li> <li>7. Методика дискурсивного анализа. Анализ новостного дискурса.</li> </ol>	ОПК-4	108/3
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>			<b>2556/71</b>
Б1.В.01	<p><b>Контент-менеджмент в СМК</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа;</li> <li>- дать студентам комплексные знания об особенностях работы редакций Интернет-СМИ в современных условиях, привить навыки практической работы в онлайн-изданиях, научить будущих журналистов эффективно использовать новые информационные технологии в будущей редакционной деятельности</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Феномен веб-журналистики. Организация работы Интернет-издания информации</li> <li>2. Технологический аспект функционирования сетевых изданий</li> <li>3. Жанровые особенности Интернет-</li> </ol>	УК-2; ПК-2	252/7

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>журналистики</p> <p>4. Реклама и PR в Интернет-СМИ</p> <p>5. Правовые основы деятельности Интернет-изданий</p> <p>6. Блогосфера и трансформация современных каналов получения информации</p>		
Б1.В.02	<p><b>Организация работы пресс-службы</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: освоение студентами теоретических основ работы пресс-службы, а также получение навыков профессиональной работы в области современных связей с общественностью как науки и средства политики.</p> <p>Курс предполагает знакомство с современной системой пресс-релизов, их спецификой и особенностями функционирования, информационной работой государственных учреждений со СМИ и общественностью, пропаганде ими своих целей и решений, организации публичных акций, работающих на положительный имидж учреждения.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Информационная политика органов государственной власти и управления</li> <li>2. Информация как основа деятельности пресс-служб</li> <li>3. Основные направления в работе с информацией пресс-служб.</li> <li>4. Структура и принципы организации современной пресс-службы</li> <li>5. Оперативные информационные документы в работе пресс-службы.</li> <li>6. Формы и методы работы современной пресс-службы со СМИ, общественностью и политическими организациями</li> </ol>	ПК-1; ПК-4	324/9
Б1.В.03	<p><b>Портфолио</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: формирование у студентов теоретических знаний и практического опыта проектирования профессионального портфолио</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности творческого продукта в сфере рекламы и PR</li> <li>2. Основы профессиональной самопрезентации</li> <li>3. Подготовка портфолио</li> </ol>	ПК-3	108/3
Б1.В.04	<p><b>Технологии презентации бренда</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p>	ПК-1; ПК-3; ПК-4	252/7

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>формирование системы знаний о брендинге, практических навыков и умений управления брендом и презентации бренда.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Основы брендинга</li> <li>2. Классификации брендов и правовое обеспечение брендов</li> <li>3. Брендбук как основа брендинга</li> <li>4. Процесс управления брендом</li> <li>5. Характеристики сложившегося бренда</li> </ol>		
Б1.В.05	<p><b>Разработки и реализация PR-стратегии</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль PR в современной общественной практике</li> <li>2. Современные технологии PR-деятельности</li> <li>3. Основные этапы разработки PR-стратегии</li> <li>4. Процесс реализации PR-стратегии</li> <li>5. Анализ эффективности PR-стратегии</li> </ol>	ПК-1; ПК-2; ПК-3	180/5
Б1.В.06	<p><b>Стратегия digital-продвижения</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: системное представление современной концепции Digital маркетинга, которая используется сегодня в ходе хозяйственной деятельности предприятий в целях решения маркетинговых задач, изучение основных разделов Digital маркетинга на уровне предприятия, приобретения студентами знаний и навыков в области использования инструментов Digital маркетинга в профессиональной деятельности</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Введение в Digitalмаркетинг. Характеристика Интернет как цифровой среды маркетинга</li> <li>2. Современные инструменты цифрового маркетинга: классификация, виды и условия применения</li> <li>3. Оценка эффективности и результативности цифрового маркетинга</li> <li>4. Особенности формирования целевой аудитории в Интернете</li> <li>5. Монетизация Интернет-проектов</li> </ol>	ПК-3; ПК-4	252/7
Б1.В.07	<p><b>Фотографика</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины: обучение основам рекламной фотографии и</p>	ПК-3; ПК-4	108/3

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>художественной рекламной фотографии. знакомство с методами проектирования фотографии в рекламном графическом дизайне с использованием компьютерных технологий.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Фотография и цифровая фотографика</li> <li>2. Знакомство с цифровым фотоаппаратом</li> <li>3. Правила фотосъемки</li> <li>4. Принципы построения кадра</li> <li>5. Обработка фотографий</li> </ol>		
Б1.В.08	<p><b>Разработка коммуникационного продукта</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;</li> <li>- развить способность участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Особенности производства коммуникационного продукта</li> <li>2. Разработка концепции КП</li> <li>3. Основы работы в программах верстки и дизайна</li> <li>4. Подготовка группового проекта</li> <li>5. Основы редактуры и корректуры</li> <li>6. Определение рабочей структуры команды</li> </ol>	ПК-1; ПК-3	252/7
Б1.В.09	<p><b>Основы партизанского маркетинга</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <p>дать представления и понятия и способах партизанского маркетинга</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теория и практика интегрированных маркетинговых коммуникаций</li> <li>2. Средства интегрированных маркетинговых коммуникаций</li> <li>3. Понятие партизанского маркетинга</li> <li>4. Принципы партизанского маркетинга</li> <li>5. Основные средства партизанского маркетинга.</li> </ol> <p>Обзор кейсов</p>	ПК-1; ПК-4	108/3
Б1.В.10	<p><b>Медиакритика</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ознакомить студентов с основными видами</li> </ul>	УК-4; ПК-2	108/3

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>медиакритики и её проблемно-тематическим полем</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- научить студентов анализировать медиатекст с точки зрения деструктивного воздействия</li> <li>- выявить роль СМИ в развитии общества и таких разнополярных явлениях, как социализация, картина мира, терроризм, военные конфликты и т.д.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Теория медиакритики. Медиакритика как часть медиаобразования</li> <li>2. Информационное общество</li> <li>3. Современная практика медиакритики</li> </ol>		
Б1.В.11	<p><b>Коммуникативные тактики и стратегии</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развитие способности осуществлять поиск темы, отбирает релевантную информацию из доступных источников и проверяет ее достоверность;</li> <li>- развитие способности соблюдать профессиональные и этические нормы на всех этапах работы;</li> <li>- развитие способности готовить к публикации журналистский текст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понятие, формы и принципы толерантности</li> <li>2. Коммуникативные стратегии и тактики: дефиницирование терминов, план анализа</li> <li>3. Типологии толерантных/интолерантных коммуникативных стратегий и тактик</li> <li>4. Речевое поведение журналиста в ситуации установления контакта с гостями и зрителями теле-, радиопрограммы</li> <li>5. Речевое поведение журналиста в ситуации сбора информации</li> <li>6. Стратегии и тактики речевой коммуникации как способы управления конфликтной ситуацией</li> <li>7. Коммуникативные стратегии и тактики монологических журналистских текстов</li> </ol>	ПК-1	108/3
Б1.В.12	<p><b>Социология рекламной деятельности</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;</li> <li>- развить способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в</li> </ul>	УК-5; ПК-4	108/3

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>профессиональной деятельности;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность 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</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социология МК как отраслевое направление социологической науки</li> <li>2. Возникновение и пути развития социологии рекламы</li> <li>3. Социологические исследования в рекламе и PR</li> <li>4. Анализ успешных и неуспешных социологических кампаний в рекламе</li> <li>5. Количественные и качественные социологические методы в рекламе и PR</li> <li>6. Социологическое обеспечение PR-рекламной деятельности в масс-медиа</li> </ol>		
Б1.В.13	<p><b>Теория аргументации</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;</li> <li>- развить способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Роль дисциплины в современной коммуникации.</li> <li>2. История ораторского искусства.</li> <li>3. Классический канон риторики и ораторское выступление</li> <li>4. Жанры убеждающей речи.</li> <li>5. Жанры информационной речи</li> <li>6. Жанры эпидейктической речи</li> <li>7. Жанры призывающей речи</li> </ol>	ПК-1; ПК-2	108/3
Б1.В.14	<p><b>Основы рекламы и PR</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;</li> <li>- развить способность осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами,</li> </ul>	ПК-1; ПК-2	288/8

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа.</p> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Цели и задачи рекламной деятельности</li> <li>2. История рекламы</li> <li>3. Особенности современного рынка рекламы</li> <li>4. Субъекты рекламной деятельности</li> <li>5. Правовое регулирование рекламной деятельности</li> <li>6. Требования к рекламе</li> <li>7. Классификация средств рекламы.</li> <li>8. Планирование рекламных кампаний</li> </ol>		
<b>БЛОК 2. ПРАКТИКА</b>			<b>972/27</b>
<b>Обязательная часть</b>			<b>216/6</b>
Б2.О.01(У)	<p><b>Учебная - профессионально-ознакомительная практика</b></p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.</li> <li>- сформировать представление об использовании инструментов и методов управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей;</li> <li>- помочь с выбором приоритетов собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста;</li> <li>- познакомить с требованиями рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста.</li> </ul> <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовительный этап</li> <li>2. Производственный этап</li> <li>3. Завершающий этап</li> </ol>	УК-6	108/3
Б2.О.02(У)	<p><b>Учебная - практика по получению первичных профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности</b></p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- знакомство студентов с организацией работы в различных средствах массовой информации (СМИ);</li> <li>- формирование и выявление первичных навыков подготовки рекламных материалов.</li> </ul>	УК-6; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-6; ОПК-7	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p>- авторская деятельность: сбор информации (работа с источниками информации с помощью разных методов), ее проверка, селекция и анализ;</p> <p>- проектно-аналитическая деятельность: участие в текущем планировании деятельности СМИ и планирование собственной работы;</p> <p>- социально-организаторская деятельность: работа с редакционной почтой; участие в организации «внетекстовых» редакционных акций, социальных проектов (общественно-политических, экологических, благотворительных, развлекательных);</p> <p>- производственно-технологическая деятельность: участие в процессе производства и выпуска печатного и интернет-издания, теле-, радиопрограммы</p> <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовительный этап</li> <li>2. Производственный этап</li> <li>3. Завершающий этап</li> </ol>		
<b>Часть, формируемая участниками образовательных отношений</b>			<b>756/21</b>
Б2.В.01(II)	<p><b>Производственная - профессионально-творческая практика</b></p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сформировать способность участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR</li> <li>- научить предлагать творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и PR;</li> <li>- научить решать поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере рекламы и PR;</li> <li>- показать как реализовать проект в рамках определенных полномочий и нести ответственность за результат.</li> </ul> <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовительный этап</li> <li>2. Производственный этап</li> <li>3. Завершающий этап</li> </ol>	ПК-1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	648/18
Б2.В.02(II)	<b>Производственная - преддипломная</b>	ПК-1; ПК-2;	108/3

Индекс	Наименование дисциплины (модуля), практики	Коды формируемых компетенций	Объем, акад. час (з.е.)
	<p><b>практика</b></p> <p>Цели и задачи практики:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• освоить методологию научного исследования в сфере массовой коммуникации;</li> <li>• принять участие в текущем планировании научно-исследовательской деятельности, спланировать собственную исследовательскую или творческую выпускную квалификационную работу по массовой коммуникации;</li> <li>• участвовать в анализе деятельности СМК и анализировать результаты собственной работы;</li> <li>• закрепить и повысить уровень профессионального мастерства;</li> <li>• подготовить выпускную работу бакалавра.</li> </ul> <p>Задачами преддипломной практики являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• систематизировать знания, полученные на занятиях по массовой коммуникации;</li> <li>• выбрать и сформулировать актуальную тему научного материала, сформировать научную концепцию или творческий замысел (или сделать сценарную разработку), определить дальнейший ход научной работы;</li> <li>• сформировать категориальный аппарат исследования или творческого проекта;</li> <li>• оформить теоретическую базу ВКР;</li> <li>• сформировать текстотеку/аудио/видеотеку для исследовательского научного труда и/или творческого авторского проекта;</li> <li>• подготовить информационные, аналитические, рекламные материалы в соответствии с избранной тематикой научного исследования по массовой коммуникации;</li> <li>• собрать необходимую информацию по научному исследованию (работать с источниками информации, применять разные методы), осуществить проверку и анализ информации, необходимой для разработки научного исследования.</li> </ul> <p>Основные этапы прохождения практики (или краткое содержание):</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Подготовительный этап</li> <li>2. Исследовательский этап</li> <li>3. Экспериментальный этап</li> <li>4. Отчетный этап</li> </ol>	ПК-3; ПК-4	
<b>ФТД. ФАКУЛЬТАТИВЫ</b>			<b>72/2</b>
ФТД.01	<p><b>Лингвокультурология</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность приведения журналистского текста и (или) продукта в</li> </ul>	ПК-2	36/1

<i>Индекс</i>	<i>Наименование дисциплины (модуля), практики</i>	<i>Коды формируемых компетенций</i>	<i>Объем, акад. час (з.е.)</i>
	<p>соответствие с языковыми нормами;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развить способность контролировать соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте;</li> <li>- развить способность учета технологических требований разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Антропоцентрическая парадигма знаний и место в ней «Лингвокультурологии»</li> <li>2. Язык и культура в синхронном взаимодействии</li> <li>3. Основные методы исследования языка и культуры: контекстный анализ, лингвоидеологический анализ, компонентный анализ</li> <li>5. Лингвокультурный анализ языковых сущностей</li> </ol>		
ФТД.02	<p><b>Концептуализация действительности в СМИ</b></p> <p>Цели и задачи изучения дисциплины:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- развитие способности осуществлять поиск темы, отбирает релевантную информацию из доступных источников и проверяет ее достоверность;</li> <li>- развитие способности соблюдать профессиональные и этические нормы на всех этапах работы;</li> <li>- развитие способности готовить к публикации журналистский текст и (или) продукт с учётом требований редакции СМИ или другого медиа.</li> </ul> <p>Основные разделы дисциплины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Когнитивизм как общенаучное направление</li> <li>2. Понятие культурного концепта</li> <li>3. Концептуальный анализ</li> <li>4. Фреймовый анализ</li> <li>5. Разновидности концептов</li> </ol>	ПК-1; ПК-2	36/1