

Институт	Институт экономики и управления
Направление (код, наименование)	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Образовательная программа (Магистерская программа)	42.03.01/33.01 Реклама и связи с общественностью
Описание образовательной программы	<p>Основная профессиональная образовательная программа "42.03.01- Реклама и связи с общественностью" направлена на подготовку специалистов в области коммуникаций уровня среднего звена управления (специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, специалист по информационным ресурсам), способных организовать деятельность в области связи, информационных и коммуникационных технологий.</p> <p>Особенностью программы является то, что она разработана в соответствии с требованиями СУОС УрФУ и ФГОС ВО, включает авторские программы профессиональных дисциплин. Подготовка бакалавров по программе «Реклама и связи с общественностью» предусматривает изучение основ планирования, организации, управления, производства и оценки эффективности коммуникационных кампаний.</p> <p>Особенностью программы является выраженная практико-ориентированность процесса обучения. Увеличенный объем производственных практик, перенос части образовательного процесса на территорию предприятий - партнеров дает возможность обучающимся последовательно овладеть необходимым уровнем квалификации, начиная с рабочих профессий, обеспечивает включение выпускников в производственный процесс без дополнительного переобучения.</p> <p>Выпускник программы способен осуществлять профессиональную деятельность в области коммуникационных процессов в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах; в области техники и технологий массовых, деловых и персональных коммуникаций, а также в области технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных организаций, государственных учреждений и органов, их позиционирование в рыночной среде и в сфере общественного мнения.</p> <p>Объектами профессиональной деятельности выпускников являются коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности, сформированный на основе анализа маркетинговых исследований; поликодовый текст рекламы и связей с общественностью, передаваемый по различным каналам средств массовой информации и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p> <p>Приоритет активных методов обучения и включение в программу междисциплинарных проектов обеспечивает формирование у обучающихся, наряду с профессиональными компетенциями, осознанного умения работать в команде и необходимых лидерских качеств.</p> <p>Полученные профессиональные знания и умения, компетенции в области коммуникационных процессов и технологий коммуникаций дают возможность выпускникам программы выполнять профессиональную деятельность в службах маркетинга, рекламы и связей с общественностью коммерческих структур разных форм собственности; PR, рекламных, консалтинговых и BTL-агентствах; средствах массовой информации, а также департаментах по управлению коммуникациями (пресс-центрах, Центрах общественных связей, общественных приемных, информационно-аналитических службах, отделах социального маркетинга и др.) государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органах местного самоуправления, негосударственных и общественных учреждениях и организациях. Основными заказчиками данной программы выступили работодатели, которые говорят о потребности в специалистах, способных осуществлять деятельность по рекламе, связям с общественностью, маркетингу.</p> <p>При проектировании образовательной программы и реализации обучения использованы лучшие мировые практики подготовки специалистов в области техники и технологий, передовой отечественный опыт и собственные разработки УрФУ.</p>

№ пп	Наименования модулей	Аннотации модулей	Траектории
1	Модули		
2	Обязательная часть		
3	Безопасность жизнедеятельности	<p>Модуль «Безопасность жизнедеятельности» направлен на формирование у обучающихся навыков обеспечения безопасности, определения потенциально опасных ситуаций, освоение алгоритмов реагирования на чрезвычайные ситуации.</p> <p>Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» развивает способность оценивать степень опасности конкретной ситуации для жизни и здоровья человека, применять навыки экстремального мышления для эффективных действий, в том числе и в ЧС, навыки контроля собственных эмоций и поведения. Выстраивать алгоритмы собственного поведения и способы влияния на окружающих в ЭС и ЧС. Понимать свою роль и функции по стабилизации собственного эмоционального состояния, а также по снижению остроты восприятия уровня опасности для адекватных действий. Уметь находить решение в нестандартных ситуациях в условиях быстрой эвакуации во время ЭС и ЧС. Понимать свои функции при взаимодействии со специальными службами во время ЭС и ЧС.</p>	
4	Иностранный язык	<p>Изучение дисциплины «Иностранный язык» в рамках модуля направлено на повышение исходного уровня развития иноязычной коммуникативной компетенции студентов для успешного решения задач социально-бытового, межличностного, межкультурного и академического общения, с учетом социальных, культурных и этнических различий, а также для дальнейшего самообразования на любом уровне по Европейской шкале оценивания компетенций владения иностранным языком (CEFR).</p> <p>Эффективная коммуникация в устной и письменной форме в контексте межличностного, межкультурного, бытового, делового и академического общения составляет суть, содержание и цель обучения иностранному языку.</p>	
5	Информационные технологии и сервисы	<p>Модуль «Информационные технологии и сервисы» направлен на формирование универсальных компетенций в области цифровой культуры, характеризующих способность использования информационно-коммуникационных технологий для комфортной жизни в цифровой среде, для взаимодействия с обществом и решения цифровых задач в профессиональной деятельности.</p> <p>В рамках дисциплины «Информационные технологии и сервисы» рассматриваются фундаментальные вопросы об архитектуре компьютерных систем, современных операционных системах, о принципах работы локальных и глобальных компьютерных сетей. Большое внимание уделяется базовым знаниям и практическим навыкам работы с информационными сервисами, необходимыми каждому современному человеку в цифровом информационном пространстве.</p> <p>Полученные знания, умения и навыки обучающиеся будут применять в других учебных курсах при подготовке и оформлении научно – технической документации, анализе данных, решении задач проектирования.</p> <p>Обучение студентов дисциплине «Информационные технологии и сервисы» ведется с применением современных образовательных технологий, форм и методов обучения.</p>	

6	Математические основы профессиональной деятельности	Модуль «Математические основы профессиональной деятельности» ориентирован на развитие у студентов научного мировоззрения, умений обрабатывать, анализировать информацию, в том числе с использованием математики в профессиональной деятельности.	
7	Мировоззренческие основы профессиональной деятельности	<p>Модуль «Мировоззренческие основы профессиональной деятельности» относится к обязательной части образовательной программы и состоит из дисциплин «Философия» и «История».</p> <p>Цель модуля – сформировать у студента компетенцию полипарадигмальной интерпретации реальности, выявления процессов в историческом контексте, которые детерминируют взаимодействие социальных общностей, прогнозирования и верификации экономических и политических эффектов, определения личной жизненной позиции и профессиональной траектории развития.</p> <p>Дисциплина «Философия» формирует навыки концептуального мышления и предусматривает формирование представлений о мировоззрении, его структуре, познавательных возможностях, научном мышлении и профессиональном развитии.</p> <p>Дисциплина «История» формирует основы исторического анализа и предусматривает изучение ключевых исторических событий, оказывающих влияние на современное общество.</p> <p>Обучающиеся научатся мыслить себя в контексте социально-исторических событий, определять связь между исторической необходимостью и возможностью человеческого влияния на ход и смысл истории, применять методы исторического исследования для анализа личной истории.</p>	
8	Научная картина мира	<p>Модуль «Научная картина мира» направлен на подготовку к выполнению задач профессиональной деятельности бакалавра. Данный модуль ставит своей целью ознакомление с сущностью основных природных явлений и методами их исследования; формирование целостного представления о современной научной картине мира; овладение новыми научными понятиями; расширение кругозора, формирование научного мышления и научного мировоззрения; приобретение знаний, необходимых для изучения смежных дисциплин.</p> <p>Модуль «Научная картина мира» состоит из двух дисциплин – «Логика и теория аргументации» и «Естественнонаучная картина мира».</p> <p>Дисциплина «Логика и теория аргументации» представляет собой образовательную технологию, обучающую навыкам работы с информацией, ее анализа и выявления сущности. Обучающиеся познакомятся с психологией мышления, научатся работать с ловушками и стереотипами мышления, обрабатывать большие потоки информации, формировать собственную позицию по актуальным вопросам общественного развития, аргументировать свои суждения, принимать решения в коллективном и индивидуальном форматах.</p> <p>Дисциплина «Естественнонаучная картина мира» формирует у обучающихся целостное представление о современной естественнонаучной картине мира, способность анализировать наиболее важные события научной картины мира; использовать современные термин и понятия в области естественных наук; работать со специальной литературой и анализировать полученные результаты; осознавать значимость достижений науки прошлого и настоящего; использовать приобретенные знания и умения в практической деятельности и повседневной жизни; выдвигать гипотезы и предлагать пути их проверки, делать выводы на основе экспериментальных данных, представленных в виде графика, таблицы или диаграммы; приводить примеры практического использования естественнонаучных знаний.</p>	
9	Практика эффективной коммуникации	Модуль «Практика эффективной коммуникации» формирует целый спектр «мягких» навыков (soft skills), актуальных во всех жизненных областях. Эти навыки являются надпрофессиональными и кроссфункциональными, то есть они применимы во всех профессиональных сферах.	

		<p>Содержание модуля направлено на формирование коммуникативных навыков и универсальных компетенций, необходимых как для повседневной, так и профессиональной деятельности: умение логически и аргументированно высказывать свое мнение, убеждать и проводить переговоры, готовить и осуществлять публичное выступление, осуществлять отбор методов решения инженерных и исследовательских задач, презентовать результаты проектной и профессиональной деятельности как устно, так и письменно, навык управления и разрешения конфликтных ситуаций, владения технологиями эффективного взаимодействия, умение работать в коллективе и создавать команду, самоорганизовываться и управлять собственной активностью для достижения конкретных результатов в проектной и профессиональной сферах.</p> <p>Особенностью курса является его практикоориентированность, нацеленность на профессиональную деятельность обучающегося, его профессиональную и социальную активность. Применение активных форм обучения и тренинговых технологий позволит студентам приобрести конкретные навыки, необходимые для успешной карьеры в любой области профессиональной деятельности.</p>	
10	Социально-гуманитарные основы профессиональной деятельности	<p>Модуль «Социально-гуманитарные основы профессиональной деятельности» обеспечивает усвоение студентами фундаментального социально-гуманитарного знания, необходимого для анализа социально-экономических, политических, исторических, национально-культурных, социально-психологических, правовых процессов и явлений. Модуль включает шесть дисциплин:</p> <p>1. Цель дисциплины «Русский язык и культура речи» – освоение речеведческих понятий и совершенствование речесвязанных умений студентов, развитие умений и навыков эффективного использования языковых средств приемов письменной деловой и устной публичной коммуникации. 2. Содержание дисциплины «Социология» раскрывает особенности современных подходов к пониманию общества, положения в нем индивида, формирует представление о структуре современного теоретического социологического знания, содержании ключевых социологических теорий. 3. Целью дисциплины «Основы права» является формирование у студентов знаний об основных правовых понятиях по различным отраслям российского права; формирование навыков работы с нормативными правовыми актами. 4. Дисциплина «Основы экономики» направлена на формирование экономического мышления, позволяющего понять основные принципы устройства экономической действительности; усвоение норм цивилизованного экономического поведения; выработка навыков экономической деятельности. 5. Основной целью дисциплины «Культурология» является овладение студентами теоретическими и практическими знаниями в области культурологических концепций различных стран и культур, их влияния на построение системы экономических, политических и социальных отношений, а также системы управления. 6. Дисциплина «Психология» посвящена изучению фундаментальных понятий психологии, ее целью является повышение уровня психологической компетентности студентов, формирование целостного представления о личностных особенностях человека как факторе успешности овладения и осуществления ими учебной и профессиональной деятельности.</p>	
11	Физическая культура и спорт	<p>В состав модуля «Физическая культура и спорт» включены две дисциплины «Прикладная физическая культура» и «Физическая культура». «Прикладная физическая культура» представляет собой практический курс, направленный на обеспечение профессионально-прикладной физической подготовленности обучающихся и уровня физической подготовленности для выполнения ими соответствующих нормативов. Дисциплина «Физическая культура» ориентирована на овладение теоретическими основами одноименной сферы деятельности и технологиями проектирования индивидуальной прикладной физической культуры.</p>	

12	Формируемая участниками образовательных отношений		
13	Адаптационный модуль для лиц с ограниченными возможностями здоровья	<p>Адаптационный модуль для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья направлен на формирование практических навыков адаптации и социализации: осознанной саморегуляции, самопрезентации, стабилизации самооценки и межличностного взаимодействия</p> <p>Модуль включает в себя две дисциплины: Основы личностного роста и Развитие ресурсов организма</p> <p>Курс «Основы личностного роста (для лиц с ОВЗ)» направлен на формирование гармоничной личности, адаптированной к социальному взаимодействию в высшем учебном заведении. Зрелость и гармоничность личности определяется адекватной реакцией на внешнее воздействие, а также умением эффективно взаимодействовать с окружающими. Для успешного взаимодействия с окружающими людьми, прежде всего, необходимо адекватно оценить собственные преимущества и недостатки.</p> <p>Принимая во внимания, что курс рассчитан на лиц с ограниченными возможностями здоровья, отдельное внимание уделяется психологическим особенностям обучающихся с различными нозологиями. Закономерно, что наличие инвалидности влияет не только на восприятие человека окружающими, но и на его отношение к себе.</p> <p>Курс «Развитие ресурсов организма (для лиц с ОВЗ)» направлен на приобретение навыков мобилизации и оптимизации индивидуальных возможностей обучающегося. Во время взросления человек испытывает максимальное напряжение и стресс, которые могут привести к снижению мотивации, эффективности деятельности и нервному срыву. Процесс адаптации обучающихся является серьезным испытанием для организма.</p>	
14	Визуальный контент в социальных медиа	«Визуальный контент в социальных медиа» позволит студентам пользоваться коммуникационными преимуществами изображения и иметь опыт оценки качества воздействующих текстов.; а также научиться использовать ресурсы виртуального пространства в рекламе, конструировать виртуальную реальность для решения задач связей с общественностью, изучить эффекты воздействия виртуальной реальности на медиарекламную картину мира, адаптировать рекламные и PR тексты к форматам различных социальных сетей с учетом особенностей взаимодействия вербального и визуального контента.	
15	Имидж-консультирование в рекламе и PR	Модуль «Имидж-консультирование в рекламе и PR» направлен на выработку у студентов целостного представления о закономерностях и принципах функционирования имиджа как инструмента профессиональных коммуникаций в PR, а также о средствах и методах разработки имидж-модели. Результатом обучения является формирование имидж-модели, рассчитанной на презентацию студентом себя как специалиста по коммуникациям в конкретной профессиональной сфере.	
16	Интернет-продвижение	Модуль содержит информацию о специфике распространения информации в сети Интернет, дает представление об инструментах рекламы и связей с общественностью в сети Интернет. Главной особенностью дисциплины «Интернет-продвижение» является метод обучения студентов через кейс-стади, т.е. изучение инструментов рекламы и продвижения в сети Интернет на реальных примерах ведущих российских и мировых Интернет-компаний. Результатом практической работы студентов будет создание проекта рекламной кампании с оценкой ее стоимости для конкретного традиционного либо интернет-бизнеса.	
17	Информационные технологии в профессиональной деятельности	Целью освоения модуля "Информационные технологии в профессиональной деятельности" является подготовка студентов к эффективному применению современных компьютерных технологий в процессе обучения, в профессиональной деятельности, для выстраивания	

		эффективных коммуникаций. Студенты овладевают IT-инструментарием, используемым при планировании, оценке и реализации прикладных задач, исследований, анализа, обработки и представления данных в работе с коммуникациями.	
18	Искусство презентаций	«Искусство презентаций» продолжает развивать навыки и компетенции в создании презентационных материалов и самопрезентации, умении вести деловые переговоры и затрагивает проблемы социального общения, влияния и взаимовлияния людей.	
19	Майнор	Модуль, относится к вариативной части ОП или факультативу, представляющий выбранную обучающимися дополнительную образовательную траекторию вне их подготовки по основному направлению в рамках ОП	
20	Маркетинг в управлении коммуникациями	Модуль «Маркетинг в управлении коммуникациями» направлен на формирование базовых профессиональных компетенций. Дисциплины модуля играют важную роль в профессиональной подготовке бакалавра по направлению реклама и связи с общественностью, т. к. управление коммуникациями предприятия – это одна из составляющих маркетингового комплекса. В рамках освоения дисциплины «Основы маркетинга» студенты изучают сущность и содержание маркетинговой деятельности, способы организации этой деятельности на предприятии, знакомятся с различными подходами к планированию маркетинга и разработке маркетинговых стратегий, овладевают основными приемами маркетинга (анализ рынка, сегментирование, позиционирование) и главными технологиями разработки комплекса маркетинга для различных товаров и услуг. Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» развивает навыки и умения, приобретенные в ходе изучения дисциплины «Основы маркетинга». Дисциплина изучает методологические основы и методы проведения маркетинговых исследований; знакомит студентов с компьютерными программами, используемыми для сбора и анализа информации, обработки статистических данных; изучает принципы и технологии проведения ситуационного анализа.	
21	Организация и проведение коммуникационных кампаний	Модуль «Организация и проведение коммуникационных кампаний» направлен на формирование базовых профессиональных компетенций, формирование базовых знаний и навыков. В дисциплине «Организация и проведение PR-кампаний» изложены основные теоретические и практические методы работы в области планирования эффективных PR-коммуникаций. «Организация и проведение рекламных кампаний» знакомит студентов с планированием, разработкой стратегии и организацией рекламных коммуникаций. в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций. В ходе изучения дисциплины «Современная пресс-служба» студенты познакомятся с должностными обязанностями пресс-секретаря, научатся создавать информационные поводы, писать пресс- релизы, устанавливать и поддерживать контакты со СМИ, планировать работу с ньюсмейкерами и проводить мероприятия для СМИ (пресс-конференции, круглые столы, брифинги). Дисциплина «Медиапланирование» формирует у обучающихся способности постановки целей маркетинговых коммуникаций, выработку стратегии для достижения этих целей и составления оптимального плана размещения рекламы в СМИ на основе данных маркетинговых и медиа-исследований. «Технологии креативного мышления» формирует у студентов креативное мышление и умение решать творческие задачи, умение генерировать нестандартные идеи для эффективного продвижения на рынке PR-объекта.	
22	Основы интегрированных коммуникаций	Модуль «Основы интегрированных коммуникаций» направлен на формирование базовых компетенций. Тематика дисциплины «Основы интегрированных коммуникаций» раскрывает предмет через активное включение в профессию, связано с моделированием различных видов профессиональной деятельности и происходит через активное освоение информационной	

		инфраструктуры различных сфер общества. В ходе изучения дисциплин модуля студенты знакомятся с основами базовых коммуникаций: рекламы и связей с общественностью рынком рекламных и PR-услуг, а также осваивают основные методы интегрированных коммуникаций.	
23	Основы рекламно-производственной деятельности	Модуль «Основы рекламно-производственной деятельности» направлен на формирование базовых профессиональных компетенций. Дисциплина «Колористика и цветоведение» дает представление о цвете как об изобразительном и выразительном средстве визуальной коммуникации; представление о специфике цветовосприятия. «Основы композиции» знакомят студентов с основами теории гармонизации цвета в художественной композиции. Студенты осваивают основные эффективные выразительные приемы экранной коммуникации и психологические механизмы их восприятия аудиторией. «Профессионально-ориентированные прикладные программы» формируются умения проектирования технологического процесса при художественном оформлении информационно-рекламных материалов средствами компьютерной графики.	
24	Основы теории и практики массовых коммуникаций	Модуль «Основы теории и практики массовой коммуникации» направлен на изучение устройства общества, его структуры, совокупности социальных групп и социальных институтов, сущности социальных процессов, понимании психологических аспектов коммуникационной деятельности. Дисциплина «Основы журналистики» предмет через рассмотрение исторической динамики развития журналистики, современных организационных основ деятельности и типологии и системы СМИ; взаимоотношений с системой власти, гражданским обществом. В ходе изучения дисциплины «Социологические аспекты изучения массовых коммуникаций» применяется два подхода: макросоциологический подход дополняется изучением социального поведения индивидов, мотивов и факторов их социальных поступков, сущности социальной деятельности. Микросоциологический подход позволяет глубже понять методологию и методику проведения социологического исследования. Сочетание количественных и качественных методов сбора информации даёт более полную и глубокую картину сущности социальной проблемы.	
25	Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью	Модуль «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» направлен на формирование базовых профессиональных компетенций. Цель модуля - подготовить конкурентоспособных специалистов, готовых к постоянному самосовершенствованию и эффективной работе в различных условиях, понимающих смысл и закономерности происходящих процессов. Студенты получают достаточно полное представление о принципах, правилах и порядке организации работы отделов рекламы и СО. При изучении дисциплины «Основы менеджмента» студенты узнают об основных функциях менеджмента, особенностях менеджмента как достаточно строгой науки, так и искусства управления людьми; научаются понимать алгоритмы управленческих решений, особенности функционирования организации на различных этапах ее развития. Дисциплина «Организация работы рекламным агентством и отделом рекламы и PR» знакомит студентов с теоретическими представлениями об организации и работе PR-отдела и рекламного отдела, с основными принципами организации информационно-аналитических отделов, пресс-служб и практическими приемами по созданию отделов данного профиля в организациях разных типов. Кроме того, дисциплина призвана научить студентов строить организационные структуры PR-подразделений для организаций разных типов на основе научных принципов и современной практики. В рамках дисциплины «Коммуникационный менеджмент» студенты узнают о теории и успешной практике использования технологий и методов управления коммуникационным процессом, освоят методику разработки миссии и других элементов корпоративной культуры, PR-стратегии организации, овладеют технологиями управления	

		коммуникациями в кризисных ситуациях, изучают методы коммуникационного аудита, а также критерии оценки эффективности управления коммуникациями.	
26	Проектирование печатной рекламной продукции	В программе обучения студентов в модуле (дисциплине) «Проектирование печатной рекламной продукции» рассматриваются вопросы как базовой доредакционной подготовки изображений, так и современные системы доредакционной подготовки: цветокоррекция, препресс, фотовывод, цветопроба.	
27	Проектный интенсив 1 - ВС	Проектный интенсив направлен на получение студентами практических навыков проектной деятельности. В ходе участия в реальных проектах обучающиеся получают необходимые для специалиста по рекламе и связям с общественностью навыки работы с анализом проблемы, рынка, продукта, целевой аудитории, процесса принятия решения целевой аудиторией, разработке программы продвижения и оценки ее эффективности. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
28	Проектный интенсив 2 - ВС	Проектный интенсив направлен на получение студентами практических навыков проектной деятельности. В ходе участия в реальных проектах обучающиеся получают необходимые для специалиста по рекламе и связям с общественностью навыки работы с анализом проблемы, рынка, продукта, целевой аудитории, процесса принятия решения целевой аудиторией, разработке программы продвижения и оценки ее эффективности. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
29	Проектный интенсив 3 - ВС	Проектный интенсив направлен на получение студентами практических навыков проектной деятельности. В ходе участия в реальных проектах обучающиеся получают необходимые для специалиста по рекламе и связям с общественностью навыки работы с анализом проблемы, рынка, продукта, целевой аудитории, процесса принятия решения целевой аудиторией, разработке программы продвижения и оценки ее эффективности. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
30	Проектный интенсив 4 – ВС	Проектный интенсив направлен на получение студентами практических навыков проектной деятельности. В ходе участия в реальных проектах обучающиеся получают необходимые для специалиста по рекламе и связям с общественностью навыки работы с анализом проблемы, рынка, продукта, целевой аудитории, процесса принятия решения целевой аудиторией, разработке программы продвижения и оценки ее эффективности. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
31	Проектный интенсив 5 - ВС	Проектный интенсив направлен на получение студентами практических навыков проектной деятельности. В ходе участия в реальных проектах обучающиеся получают необходимые для специалиста по рекламе и связям с общественностью навыки работы с анализом проблемы, рынка, продукта, целевой аудитории, процесса принятия решения целевой аудиторией, разработке программы продвижения и оценки ее эффективности. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
32	Проектный интенсив 6 - ВС	Проектный интенсив направлен на получение студентами практических навыков проектной деятельности. В ходе участия в реальных проектах обучающиеся получают необходимые для специалиста по рекламе и связям с общественностью навыки работы с анализом проблемы, рынка, продукта, целевой аудитории, процесса принятия решения целевой аудиторией, разработке программы продвижения и оценки ее эффективности. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
33	Проектный практикум А - "Визуальный контент в социальных медиа"	Проектный практикум «Визуальный контент в социальных медиа» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки работы с коммуникациями и продвижением. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на	

		практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
34	Проектный практикум А - "Интернет-продвижение"	Проектный практикум «"Интернет-продвижение» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки по планированию и реализации программ продвижения в сети интернет. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
35	Проектный практикум А - "Информационные технологии в профессиональной деятельности"	Проектный практикум "Информационные технологии в профессиональной деятельности" направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки об основах работы с коммуникациями и продвижением. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
36	Проектный практикум А - "Искусство презентаций"	Проектный практикум «Искусство презентаций» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки по презентации и самопрезентации, а также навыки работы с коммуникациями. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
37	Проектный практикум А – "Проектирование печатной рекламной продукции"	Проектный практикум «Проектирование печатной рекламной продукции» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки основ работы с созданием рекламной продукции на рынке печатной рекламы. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
38	Проектный практикум А - "Психо-лингвистический анализ текста"	Проектный практикум «Психо-лингвистический анализ текста» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки работы с текстами разных жанров, их анализа и создания. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
39	Проектный практикум А - "Психология рекламы"	Проектный практикум «Психология рекламы» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки разработки психологических приёмов и методов воздействия с целью продвижения товаров и услуг. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	

40	Проектный практикум А – "Разработка и технологии рекламного продукта"	Проектный практикум «Разработка и технологии рекламного продукта» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки создания рекламного продукта. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
41	Проектный практикум А – "Спонсоринг и фандрайзинг"	Проектный практикум «Спонсоринг и фандрайзинг» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки работы с различными методами и инструментами продвижения. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
42	Проектный практикум А- "Основы интегрированных коммуникаций"	Проектный практикум "Основы интегрированных коммуникаций" направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки об основах работы с интегрированными коммуникациями и продвижением. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
43	Проектный практикум А- "Социологические аспекты изучения массовых коммуникаций"	Проектный практикум «Социологические аспекты изучения массовых коммуникаций» направлен на получение обучающимися основ проектной деятельности. Студенты получают практические навыки об основах работы с социальными и рекламными коммуникациями. Полученные ранее теоретические навыки закрепляются на практике в ходе выполнения учебного проекта, связанного с поиском, обработкой, систематизации полученной информации и формулированием выводов. По завершению проекта студенты защищают его, получая навыки презентации и защиты полученных результатов.	
44	Профессиональная речевая коммуникация	Цель модуля (дисциплины) «Профессиональная речевая коммуникация» - овладеть приемами ораторского искусства, приобрести опыт поиска креативных решений предъявления преимуществ товара потребителю, опыт выбора методов и подходов для достижения лидирующего положения продукта, компании или персоны на рынке, в том числе с использованием техник профессиональной речевой коммуникации.	
45	Психо-лингвистический анализ текста	В ходе изучения модуля (дисциплины) «Психо-лингвистический анализ текста» студенты освоят приемы психолингвистического анализа, позволяющие выявлять и оценивать целесообразность применения технологий убеждения, внушения и манипуляции в различных маркетинговых ситуациях.	
46	Психология рекламы	Основная цель модуля (дисциплины) «Психология рекламы» - сформировать способность использовать основы психологических знаний для формирования научных представлений о человеке как потребителе, его потребностей и ожиданий, а также способность к коммуникации для решения задач межличностного взаимодействия. Дисциплина формирует навык разработки психологических средств, приёмов, методов воздействия на людей с целью создания спроса на продукт или услугу.	
47	Развитие digital-пространства	Данный модуль предназначен для погружения обучающихся в базовые вопросы интернет-маркетинга. В модуль включены такие темы как понятие и история Интернет, основные термины, связанные с Интернет, структура интернет-пространства, основы адресации в Интернет, основы	

		<p>web-технологий. В рамках дисциплин рассматриваются основы веб- программирования: язык гипертекстовой разметки HTML, язык программирования динамического контента JavaScript, спецификация описания стилей представления информации CSS и многое другое. Цель модуля - дать базовые знания студентам в написании собственных интернет-ресурсов либо в создании технического задания на его разработку. В модуле рассматривается интернет-ресурс с точки зрения проектного подхода. Целью дисциплины «Основы интернет-маркетинга» является изучение теоретических и прикладных аспектов в изучение элементов комплекса маркетинга, действующих в условиях интернет-пространства, научиться делать оценку эффективности использования того или иного маркетингового инструмента в интернет-среде. Дисциплина «Основы сайтостроения» направлена на изучение основ как html-верстки, так и шаблонной верстки сайтов. Дисциплина «Проектирование интернет-ресурсов» изучает классификацию интернет-ресурсов, особенности жизненного цикла интернет-ресурсов и связь стадии жизненного цикла интернет-ресурса и применяемых инструментов рекламы и связей с общественностью для его продвижения и коммуникации с целевой аудиторией.</p>	
48	Разработка и технологии рекламного продукта	<p>При изучении модуля «Разработка и технологии производства рекламного продукта» у студента формируется понимание технико-технологических аспектов изготовления, производства, тиражирования, монтажа рекламной продукции и ее размещения на различных носителях.</p>	
49	Рекламный и PR-текст в социальном медиа-пространстве	<p>Цель модуля – создать представление о современных требованиях к рекламному и PR – медиатексту, сформировать навыки создания, редактирования и экспертизы рекламных и PR – текстов применительно к разным каналам трансляции в медиасреде. В ходе изучения дисциплины «Адаптация текстов рекламы и PR к форматам коммуникации в виртуальном пространстве» изучается жанровая специфика, а также креативные и лингвокогнитивные стратегии создания и продвижения рекламных и PR –текстов в соответствии с требованиями современных социальных медиа. Дисциплина «Копирайтинг в интернете» имеет цель - сформировать навык создания разных видов рекламы в сети Интернет, а также навык эффективного использования средств разных семиотических систем в процессе создания и продвижения рекламного интернет-медиатекста. В русле изучения дисциплины «Креалингвистика в интернет-коммуникации» студенты получают знания о составляющих эффективных проекционных технологий создания рекламного и PR – текстов; формируют навыки психолингвистического и лингвокультурного анализа средств воздействия в рекламном и PR – текстах.</p>	
50	Речевые коммуникации в рекламе и PR	<p>Дисциплины модуля формируют базовые навыки создания текстов рекламы и связей с общественностью, владение навыками литературного редактирования, копирайтинга. Сочинение рекламных текстов предполагает знание особенностей рекламной коммуникации, рекламного дискурса, процесса порождения рекламного текста. Дисциплина «Язык текстов рекламы и PR» изучает содержательные особенности рекламного сообщения с его семиотическими, знаковыми отличиями от текстов других массовых коммуникаций. Студенты знакомятся с разными видами креолизованных текстов, с типами знаков и вариантами их сочетания в рекламном сообщении. Дисциплина «Копирайтинг» формирует практические навыки создания содержательно-структурных элементов рекламного текста и знакомит со способами их выражения. Значительное внимание уделяется творческим рекламным стратегиям, используемым при создании рекламного произведения.</p>	
51	Социальная реклама	<p>«Социальная реклама» стремится дать студентам понятие о социальной рекламе, привить навыки планирования и ведения рекламной кампании социальной направленности, научить анализу социальных кампаний и акций, проведенных либо проводимых в будущем в нашей стране и за</p>	

		рубежом, также студенты приобретают способность создавать эффективную социальную рекламу.	
52	Социологические аспекты изучения массовых коммуникаций	В ходе изучения модуля «Социологические аспекты изучения массовых коммуникаций» применяется два подхода: макросоциологический подход дополняется изучением социального поведения индивидов, мотивов и факторов их социальных поступков, сущности социальной деятельности. Микросоциологический подход позволяет глубже понять методологию и методику проведения социологического исследования. Сочетание количественных и качественных методов сбора информации даёт более полную и глубокую картину сущности социальной проблемы. Основная цель дисциплины «Психология рекламы» – сформировать способность использовать основы психологических знаний для формирования научных представлений о человеке как потребителе, его потребностей и ожиданий, а также способность к коммуникации для решения задач межличностного взаимодействия. Дисциплина формирует навык разработки психологических средств, приёмов, методов воздействия на людей с целью создания спроса на продукт или услугу.	
53	Спонсоринг и фандрайзинг	Цель изучения данного модуля – дать студентам инструменты для решения профессиональных задач в социальной сфере, на основе овладения конкретными знаниями и навыками. В рамках данного дисциплины «Спонсоринг и фандрайзинг» студенты овладевают основными технологиями поиска и привлечения спонсоров, фандрайзинга.	
54	Теория и практика медиакommunikаций	Модуль «Теория и практика медиакommunikаций» направлен на формирование базовых профессиональных компетенций. Структура модуля распределяет материал по принципу от простого – к сложному, последовательно продвигая студентов вверх по ступеням профессионального мастерства. Дисциплина «Жанры СМИ» изучает информационные жанры журналистики. Затем осваиваются аналитические жанры в дисциплине «Интернет-журналистика». Дисциплина развивает у студентов практические навыки журналистского творчества.	
55	Теория профессиональной коммуникации	Модуль (дисциплина) «Теория профессиональной коммуникации» формирует. Дисциплина модуля «Теория профессиональной коммуникации» развивает способность к коммуникации в устной и письменной формах для решения задач межличностного и межкультурного общения в профессиональной сфере. В рамках дисциплины осуществляется практико-ориентированный подход к подготовке специалистов по рекламе и связям с общественностью.	
56	Технологии визуализации в рекламе и PR	В рамках модуля рекламный и PR тексты рассматривается как ключевой элемент интегрированных маркетинговых коммуникаций, определяющий эффективность рекламных и PR кампаний. Проводится многоаспектное изучение текстов в разных сферах медиапространства; анализируются содержательные, жанровые, композиционные, языковые, визуальные особенности рекламных и PR сообщений. Цель дисциплины «Визуализация и инфографика в рекламе и PR» сформировать навыки составления медиатекстов разных жанров, распространения их по каналам интернет-коммуникации с учетом особенностей целевых групп; расширить представления о специфике визуализации информации в рекламных сообщениях и обеспечить возможность приобретения практического опыта использования технологий визуализации, в том числе инфографики и интернет-анимации, в создании рекламных и PR текстов; сформировать навыки использования эффектов Web- и Flash-анимации для повышения эффективности рекламных и PR текстов в социальных медиа. В практическую часть дисциплины «Основы интернет-анимации» кроме работы над созданием поликодовых воздействующих текстов, разработки творческой идеи анимированного рекламного ролика, включена работа с различными технологиями анимации, видеомонтажом, цветом,	

		компьютерной обработкой фото, инфографикой; работа со звуком. В результате освоения дисциплины «Проектирование рекламных и PR-сообщений в виртуальной, дополненной и комбинированной реальности» студент будет владеть, приемами представления информации или физических явлений в виде, удобном для зрительного наблюдения и анализа; средствами инфографики, навыками скетчноутинга, скрайбинга, ручной и компьютерной анимации.	
57	Технологии интернет-коммуникации	Модуль направлен на изучение основных технологий коммуникационного процесса в интернет-среде. Целью изучения модуля является формирование ряда компетенций, обеспечивающих понимание технико - технологических аспектов изготовления, производства, тиражирования, монтажа рекламной продукции и ее размещения в сети Интернет. При успешном освоении курсов у студентов формируются начальные навыки самостоятельного производства видеорекламы и OLV(онлайн видео), студенты осваивают современные технологии встраивания рекламы в контент сети Интернет, овладевают навыками организации и ведения блога, работы с текстами в блогосфере. Модуль также направлен на умение создавать контент и выбирать площадки для размещения в сети Интернет, а также включать новые технологии продвижения продукта в комплексную рекламную стратегию. Дисциплина «Блоггинг» рассказывает о современных тенденциях развития авторских интернет-проектов, использовании блогов как социально-коммуникативной технологии, которая может использоваться в маркетинге, PR-компаниях и т. д. Дисциплина «Нативная интеграция в интернете» посвящена изучению этого современного явления, предпосылок возникновения данной формы рекламы, ее целей, плюсов и минусов. В процессе изучения дисциплины «Производство видеорекламы» рассматриваются следующие вопросы: бриф как начало производства рекламного ролика, разработка креативной идеи ролика, создание сценария ролика, продакшен и постпродакшен ролика (съемки, звукозапись, монтаж и сведение), представление готового продукта заказчику. В дисциплине «Сценарное и операторское мастерство» углубленно изучаются аспекты рекламной операторской съемки, а также написания сценариев под задачи продвижения. Дисциплины модуля ведут практикующие специалисты.	
58	Технологии создания бренда	Концепция бренд-менеджмента рассматривается в качестве современных маркетинговых технологий, способных значительно увеличить прибыль и стоимость активов участников рынка. Студенты, усвоившие дисциплину «Интегрированные маркетинговые коммуникации» будут иметь представление об актуальных проблемах и тенденциях развития брендинга; ориентироваться в вопросах создания, позиционирования и продвижения брендов, методик расчета их стоимости; применять на практике навыки стратегического и оперативного бренд-менеджмента. В программе дисциплины «Вербальные коммуникации бренда» рассматриваются вопросы создания бренда, его усиления, репозиционирования, обновления и изменения, а также планирования стратегического управления бизнес-процессами с помощью эффективных инструментов вербальных коммуникаций, таких как нейминг. «Визуальные коммуникации бренда» направлены на изучение визуальных коммуникаций, таких как фирменный стиль. Программа курса «Интернет-технологии брендинга» включает в себя современные технологии и инструменты бренд-менеджмента в современном рекламном бизнесе в сети Интернет.	
59	Управленческие стратегии в сфере коммуникаций	Программа модуля «Управленческие стратегии в сфере коммуникаций» включает в себя рассмотрение различных аспектов теории и практики брендинга в современном рекламном бизнесе. Кроме того, в ходе изучения дисциплин модуля формируется целостное представление о закономерностях и принципах функционирования имиджа компании как инструмента профессиональных коммуникаций как во внешних коммуникациях - дисциплина «Репутационный менеджмент», так и во внутренних коммуникациях - «Корпоративная культура». В дисциплине	

		«Управление брендом» студенты осваивают управленческую сущность репутационного менеджмента как разновидности профессиональной деятельности специалистов по связям с общественностью и рекламе, направленной на максимизацию стоимости бизнеса посредством оптимизации его публичного капитала (т.е. капитала публичности).	
60	Этико-правовые основы средств массовой коммуникации	Модуль «Этико-правовые аспекты массовой коммуникации» направлен на формирование базовых профессиональных компетенций. Изучение правового регулирования информационной деятельности - необходимая часть профессиональной подготовки специалистов по связям с общественностью. Дисциплина «Этико-правовые основы средств массовой информации» знакомит студентов с общетеоретическими и практическими аспектами формирования и функционирования профессиональной этики, с историей становления и развития предпринимательской этики в России, ее современными принципами, со спецификой профессиональной этики журналиста, специалиста по связям с общественностью и специалиста по рекламе. Дисциплина также рассматривает конституционные нормы свободы поиска, доступа и распространения информации, корректного обращения с информацией, имеющей специальный правовой режим, баланс интересов личности, общества, субъектов политической, экономической деятельности и государства в информационной сфере, изучает возможности, которые дает российское законодательство по защите и укреплению нематериальных благ лица (чести, достоинства, деловой репутации и пр.), что является существенной профессиональной задачей пресс-служб.	
61	Практика		
62	Практика	Целью модуля является знакомство бакалавров с основными принципами деятельности в профессиональной сфере. Практика проходит на базе предприятий-партнеров программы или в Центре коммуникационных технологий школы ГУиПИиЭУУрФУ, при необходимости на кафедре. Профессионально-ознакомительная (учебная) практика нацелена на знакомство студента с основами будущей профессии. Творческая производственная практика направлена на отработку креативного, авторского мышления у студентов через реализацию проектов в условиях рекламного производства на предприятиях-партнерах. Профессиональная производственная практика продолжает формирования профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ с учетом индивидуальной траектории обучения студента. Преддипломная производственная практика направлена на завершение формирования профессиональных компетенций студента с помощью проведения комплекса практических и научно-исследовательских работ.	
63	Государственная итоговая аттестация		
64	Государственная итоговая аттестация	Целью государственной итоговой аттестации является установление уровня подготовленности обучающегося, осваивающего образовательную программу бакалавриата, к выполнению профессиональных задач и соответствия его подготовки требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (требованиям образовательного стандарта, разрабатываемого и утверждаемого университетом самостоятельно) и ОП по направлению подготовки или специальности высшего образования, разработанной на основе образовательного стандарта. Структура государственной итоговой аттестации: государственный экзамен; защита выпускной квалификационной работы в форме бакалаврской работы.	

Руководитель ОП

Голубкова Екатерина Александровна