

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

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

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Современные научные проблемы в области журналистики	Эссе
2.	Методологические подходы в медиаисследованиях	Практическое задание, Тестирование
3.	Актуальные направления междисциплинарных исследований в области журналистики и медиа	Практическое задание
4.	Обоснование темы научного исследования как первый этап исследовательской деятельности	Презентация, Презентация
5.	Построение индивидуальной карьеры	Дискуссия
6.	Soft skills и digital skills как ключевые навыки будущего	Дискуссия
7.	Особенности предпринимательского мышления	Дискуссия, практическая работа
8.	Тренды развития цифровых технологий: образование, наука, управление	Дискуссия
9.	Пользовательские инновации в цифровой экономике	Дискуссия
10.	Технологии PR: как стать интересным СМИ	Дискуссия
11.	Безопасные информационные технологии	Дискуссия
12.	Личное планирование и тайм-менеджмент	Дискуссия, практическая работа

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

2. Емельянова И. Н. Основы научной деятельности студента. Магистерская диссертация : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2021. - 115 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/474288>

3. Кулаичев А.П. Методы и средства комплексного анализа данных : учеб. пособие. - 4-е изд., перераб. и доп.. - М.: Форум, Инфра-М, 2014. - 512 с.

4. Мишин, В. М. Исследование систем управления : учебник для вузов. - 2022-03-26; Исследование систем управления. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 527 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/81632.html>
5. Цыпин Г. М. Работа над диссертацией. Навигатор по "трассе" научного исследования : - Для вузов. - Москва: Юрайт, 2019. - 35 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/445665>
6. Шкляр М. Ф. Основы научных исследований : учебное пособие. - 7-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2019. - 208 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573356>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.6.1 Креативные технологии в цифровой медиасреде****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.7.1 Методика и методология медиаисследования****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.8.1 Этико-правовые аспекты медиасферы

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.2 Управление проектами: методы и технологии****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.6.2 Индустрия новых медиа****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Зверева Е.А. Трансформация модели медиапотребления в журнальном сегменте : монография. - Воронеж: Кварта, 2017. - 200 с.

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.7.2 Медийная парадигма мировой культуры****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.8.2 Работа с алгоритмами виртуальной реальности и искусственного интеллекта в медиасфере

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Типология культуры. Культурное многообразие мира	Тестирование
2.	Механизмы приобщения к культуре. Базовые национальные ценности как основа духовно-нравственного воспитания обучающихся	Тестирование
3.	Профессиональная самопрезентация в цифровой среде	Тестирование
4.	Вербальные средства межкультурной коммуникации. Культура в зеркале языка	Тестирование
5.	Невербальная коммуникация в контексте межкультурного общения	Тестирование
6.	Принципы речевой организации web-текста	Тестирование
7.	Разработка и реализация коммуникационной стратегии в цифровой среде	Тестирование
8.	Этикет делового общения в цифровой среде	Тестирование
9.	Культурный шок. Барьеры межкультурной коммуникации и пути их преодоления	Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.6.3 Медиатекст в системе массовых коммуникаций****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

2. Ерофеева И. В. Психология медиатекста : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2021. - 206 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/471630>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.4 Информационные технологии в профессиональной деятельности****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1, 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет, Экзамен

Основная литература:

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

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.О.5 Иностранный язык в профессиональной сфере****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.1.1 Медиапланирование в digital****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Конкурентный и потребительский анализ в digital стратегии. Сегментация потребителей	Собеседование
2.	Понятие и роль медиапланирования	Собеседование
3.	Подходы к планированию медиабюджета	Опрос
4.	Этапы и основные аспекты медиапланирования в digital-среде	Опрос
5.	Использование исследований в медиапланировании	Собеседование, Реферат
6.	Сравнительные характеристики различных медиаканалов	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний. - Весь срок охраны авторского права; Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекл. - Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. - 178 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/90235.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.2.1 Инструменты и сервисы цифрового PR и маркетинга****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.3.1 Менеджмент в сфере PR и рекламных технологий****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Абчук В. А., Трапцын С. Ю., Тимченко В. В. Менеджмент в 2 ч. Часть 2 : Учебник и практикум для вузов. - испр. и доп; 3-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 249 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/452406>

2. Андреев, В. Д., Боков, М. А., Матющенко, Н. С., Романова, Г. М., Шаповалов, В. И. Теория и практика современного менеджмента : научное издание. - Весь срок охраны авторского права; Теория и практика современного менеджмента. - Саратов: Вузовское образование, 2017. - 265 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/58323.html>

3. Аникин Б.А. Высший менеджмент для руководителя : Учебное пособие. - 2-е изд., перераб. и доп.. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 141 с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.4.1 Социальные медиа и блогинг****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.5.1 Имидж и бренд: инструменты управления цифровым репутационным капиталом

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

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

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.01.1 Массовые коммуникации и медиапланирование****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Основные модели массмедиа. Тенденции развития массовых коммуникаций	Собеседование
2.	Информационные каналы и носители рекламы.	Собеседование, Реферат
3.	Основные понятия медиапланирования.	Собеседование
4.	Характеристики системы СМК как основного рекламоносителя	Собеседование
5.	Планирование рекламы в сети интернет	Собеседование
6.	Использование компьютерных технологий в процессе медиапланирования.	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие. - 2021-02-01; Массовые коммуникации и медиапланирование. - Москва: Академический Проект, 2016. - 251 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

2. Кухаренко, Е. Г., Пермяков, Г. И. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие. - 2025-02-12; Массовые коммуникации и медиапланирование. - Москва: Московский технический университет связи и информатики, 2015. - 42 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/92465.html>

3. Шарков Ф. И., Бузин В. Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник. - Москва: Дашков и К°, 2018. - 486 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200>

4. Прохоров А.В. Массовые коммуникации и медиапланирование : курс лекций. - Тамбов: [Издат. дом ТГУ им. Г.Р. Державина], 2010. - 118, [1] с.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.01.2 Планирование и реализация коммуникационных кампаний****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Поляков В. А., Романов А. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : Учебник и практикум Для вузов. - Москва: Юрайт, 2019. - 514 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/432145>

2. Ананьева, Н. В., Сулова, Ю. Ю. Рекламная деятельность : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Рекламная деятельность. - Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2017. - 198 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/84112.html>

3. Блюм, М. А. Рекламная деятельность : конспект лекций. - Весь срок охраны авторского права; Рекламная деятельность. - Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. - 93 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/64565.html>

4. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография. - 2020-09-18; Эффективный рекламный текст в СМИ. - Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. - 480 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/13128.html>

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.06.1 Политический PR****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Политический PR	Собеседование
2.	PR в избирательном процессе	Собеседование, Контрольная работа
3.	Особенности PR-деятельности в партиях, общественно-политических движениях и избирательных кампаниях	Собеседование, Тестирование
4.	Формирование имиджа	собеседование, опрос, Реферат
5.	Оценка политических PR кампаний	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**Б1.В.ДВ.06.2 Политическая реклама и PR****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 3

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Политическая реклама и PR	Собеседование
2.	Приемы PR в политической рекламе	собеседование, опрос, Контрольная работа
3.	Политическая реклама как форма политической коммуникации	Собеседование, Контрольная работа
4.	Политическая реклама и PR в избирательных кампаниях	Собеседование, Реферат
5.	Оценка политических рекламных и PR кампаний	Собеседование, Тестирование

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**Б2.О.1 Профессионально-творческая практика****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель практики – приобретение практических навыков и практического опыта, а также формирование следующих компетенций:

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

ПК-2 Способность осуществлять стратегическое планирование интернет-кампаний

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

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Изучение работы организации / структуры, штата и опыта работы рекламного агентства, рекламно-маркетингового отдела организации / отдела по связям с общественностью	Отчет
3.	Выполнение заданий руководителей практики	Другие формы контроля
4.	Составление и оформление отчета по практике	Другие формы контроля
5.	Конференция по результатам практики	Другие формы контроля

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Коноваленко В. А., Коноваленко М. Ю., Швед Н. Г. Реклама и связи с общественностью: введение в специальность : Учебник для бакалавров. - Москва: Юрайт, 2020. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/448047>

2. Карпова, Г. Г., Шамьенова, Г. Р., Егорова, А. Ю. Реклама и связи с общественностью : учебно-методическое пособие. - Весь срок охраны авторского права; Реклама и связи с общественностью. - Саратов: Саратовский государственный технический университет имени Ю.А. Гагарина, ЭБС АСВ, 2016. - 308 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/80116.html>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**Б2.О.2 Научно-исследовательская работа****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 4

Цель освоения дисциплины:

Цель практики – формирование у обучающихся компетенций, связанных с умениями проводить самостоятельную научно-исследовательскую работу, их подготовка к профессиональной и научной деятельности:

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

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Основной этап. Осуществление научно-исследовательских работ в рамках научной темы студента (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация эмпирических данных).	Собеседование, Отчет
3.	Участие в решении научно-исследовательских работ, выполняемых кафедрой	Отчет
4.	Участие в организации и проведении научно-практических конференций, круглых столов, дискуссиях, организуемых кафедрой.	Научный доклад
5.	Выполнение заданий руководителей практики, направленных на формирование компетенций	Отчет
6.	Составление и оформление отчета по практике.	Отчет
7.	Научно-практическая конференция по результатам практики.	Доклад по отчету

Формы промежуточной аттестации: Экзамен

Основная литература:

1. Астанина, С. Ю., Шестак, Н. В., Чмыхова, Е. В. Научно-исследовательская работа студентов (современные требования, проблемы и их решения) : монография. - 2022-09-20; Научно-исследовательская работа студентов (современные требования, проблемы и их решения. - Москва: Современная гуманитарная академия, 2012. - 156 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/16934.html>

2. Кайль, Я. Я., Ламзин, Р. М., Самсонова, М. В. Учебно-методическое пособие по организации прохождения всех видов практик и выполнения научно-исследовательских работ. - Весь срок охраны авторского права; Учебно-методическое пособие по организации прохождения всех видов. - Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2019. - 208 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/82560.html>
3. Бакшева, Т. В., Кушакова, А. В. Основы научно-методической деятельности : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Основы научно-методической деятельности. - Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2014. - 122 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/62975.html>
4. Пустынникова, Е. В. Методология научного исследования : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Методология научного исследования. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. - 126 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/71569.html>
5. Мокий В. С., Лукьянова Т. А. Методология научных исследований. Трансдисциплинарные подходы и методы : Учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 170 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/454449>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

Б2.О.3 Преддипломная практика

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 4, 5

Цель освоения дисциплины:

Цель практики – выполнение выпускной квалификационной работы, расширение приобретенных практических профессиональных умений и навыков, а также формирование следующих компетенций:

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

План курса:

№ темы	Название раздела/темы	Формы текущего контроля
1.	Подготовительный этап. Инструктаж по технике безопасности и правилам внутреннего трудового распорядка. Составление рабочего плана (графика)	Собеседование
2.	Осуществление исследовательских и проектных работ в рамках темы выпускной квалификационной работы студента (сбор, анализ научно-теоретического материала, сбор эмпирических данных, интерпретация эмпирических данных)	Реферат
3.	Участие в решении различных задач, выполняемых кафедрой и факультетом в рамках научно-образовательной деятельности	Отчет по практике
4.	Составление и оформление отчета по практике	Отчет по практике
5.	Конференция по результатам практики	Устный доклад по отчету

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

1. Корконосенко С. Г., Кройчик Л. Е., Мансурова В. Д., Пронин А. А., Сидоров В. А., Тулупов В. В. Основы журналистской деятельности : Учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 332 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/449998>

2. Колесниченко А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : Учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2020. - 292 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/451212>

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**ФТД.1 Корпоративные коммуникации в медиасреде****Код и наименование направления подготовки/специальности, профиль/специализация:**

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 1

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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

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

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

42.04.01 - Реклама и связи с общественностью, Цифровые технологии в рекламе и связях с общественностью

Квалификация (степень) выпускника: Магистр

Формы обучения: очная, заочная

Семестры: 2

Цель освоения дисциплины:

Цель дисциплины – формирование компетенций:

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

План курса:

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

Формы промежуточной аттестации: Зачет

Основная литература:

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

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