



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА
(РОСАВИАЦИЯ)**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ»**



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Ю.Ю. Михальчевский

« 21 » октября 2021 года

**ОСНОВНАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Направление подготовки
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность программы (профиль)
Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе

Квалификация выпускника
бакалавр

Форма обучения
очная

Санкт-Петербург
2021

Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г.

Разработчики:

к.ф.н., доцент

Майор М.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

к.ф.н., доцент

Ягубова С.Я.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

д.ф.н., доцент

Шевцов К.П.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

к.ф.н., доцент

Сидорова Е.И.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

Руководитель ОПОП ВО:

к.ф.н., доцент

Майор М.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Рецензент:

к.и.н., генеральный директор

брендингового агентства DDC.group

Калинчук С.В.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета « 20 » 10 2021 года, протокол № 2.

Программа одобрена решением Ученого совета Университета « 21 » 10 2021 года, протокол № 2 .

С программой ознакомлен:

Проректор по учебной работе

к.п.н., доцент

Хаертдинов И.М.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы проректора по учебной работе)

Проректор по учебно-методической работе – директор АУЦ

к.т.н.

Лобарь С.Г.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы проректора по учебно-методической работе – директора АУЦ)

Декан ГФ :

к.ф.н., доцент

Майор М.Н.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы декана факультета)

Начальник учебно-методического управления:

к.э.н.

Воронцова А.М.

(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы начальника учебно-методического управления)

Содержание

| | |
|--|-----|
| 1. Общие положения | 2 |
| 1.1 Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (определение) | 2 |
| 1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО..... | 3 |
| 1.3 Общая характеристика ОПОП ВО | 4 |
| 1.3.1 Цель и задачи ОПОП ВО | 4 |
| 1.3.2 Трудоемкость ОПОП ВО | 5 |
| 1.3.3 Срок освоения ОПОП ВО | 5 |
| 1.3.4 Структура ОПОП ВО | 6 |
| 1.3.5 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП ВО | 6 |
| 1.3.6 Квалификация, присваиваемая выпускникам..... | 7 |
| 1.3.7 Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность | 7 |
| 1.3.8 Типы задач профессиональной деятельности | 7 |
| 1.3.9 Профиль образовательной программы | 11 |
| 1.3.10 Планируемые результаты освоения ОПОП ВО..... | 11 |
| 2. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО | 20 |
| 2.1 Учебный план | 21 |
| 2.2 Календарный учебный график | 21 |
| 2.3 Рабочие программы дисциплин | 21 |
| 2.4 Программы практик..... | 25 |
| 2.5 Программа государственной итоговой аттестации..... | 28 |
| 2.6 Оценочные средства | 29 |
| 2.7 Методические материалы..... | 30 |
| 3. Условия реализации ОПОП ВО..... | 30 |
| 3.1 Общесистемные требования | 30 |
| 3.2 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы..... | 31 |
| 3.3 Требования к кадровым условиям реализации программы..... | 31 |
| 3.4 Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы | 32 |
| 3.5 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе..... | 32 |
| 4. Социально-культурная среда Университета | 33 |
| 5. Другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся при реализации ОПОП ВО..... | 34 |
| Приложение 1 Аннотации рабочих программ дисциплин..... | 35 |
| Приложение 2 Аннотации программ практик | 99 |
| Приложение 3 Аннотация ГИА | 106 |
| Приложение 4 Аннотация рабочей программы воспитания | 107 |

1. Общие положения

1.1 Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (определение)

Основная профессиональная образовательная программа высшего образования (ОПОП ВО, образовательная программа) представляет собой систему документов, разработанную и утвержденную Федеральным государственным бюджетным образовательным учреждением высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации» (далее – Университет) в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (далее – ФГОС ВО) – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г., профессиональным стандартом 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н; профессиональным стандартом 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н, с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н, а также с учетом результатов анализа требований, предъявляемых к выпускникам на рынке труда, обобщения отечественного и зарубежного опыта, проведения консультаций с ведущими работодателями, объединениями работодателей отрасли воздушного транспорта.

ОПОП ВО регламентирует цели, объем, содержание, планируемые результаты освоения образовательной программы, организационно-педагогические условия образовательной деятельности, формы аттестации и включает в себя: общую характеристику образовательной программы, учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, программы практик, программу государственной итоговой аттестации, оценочные средства, методические материалы, иные компоненты, обеспечивающие качество подготовки обучающихся и реализацию соответствующей образовательной технологии, также рабочую программу воспитания и календарный план воспитательной работы.

1.2 Нормативные документы для разработки ОПОП ВО

Нормативную правовую базу разработки ОПОП ВО составляют: Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

Постановление Правительства РФ от 10 июля 2013 г. № 582 «Об утверждении Правил размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации»;

Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 г. № 1061 «Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования»;

Приказ Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 № 1н «Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования»;

Приказ Минтруда России от 29.09.2014 N 667н (ред. от 09.03.2017) «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)»;

Приказ Минтруда России от 09.03.2017 N 254н «О внесении изменения в приложение к приказу Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 29 сентября 2014 г. N 667н «О реестре профессиональных стандартов (перечне видов профессиональной деятельности)»;

Постановление Правительства РФ от 26 июня 2015 г. N640 «О порядке формирования государственного задания на оказание государственных услуг (выполнение работ) в отношении федеральных государственных учреждений и финансового обеспечения выполнения государственного задания»;

Приказ Министерства образования и науки РФ от 05 апреля 2017 г. № 301 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Приказ Министерства образования и науки РФ от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета и программам магистратуры»;

Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России N 390 от 05.08.2020 (ред. от 18.11.2020) «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);

Приказ Минобрнауки России от 21.08.2020 N 1076 «Об утверждении Порядка приема на обучение по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры»;

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки: 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г.

Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н;

Профессиональный стандарт 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н;

Нормативно-методические документы Министерства науки и высшего образования Российской Федерации;

Устав Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации», утвержденный приказом Федерального агентства воздушного транспорта от 24 декабря 2015 г. № 869;

локальные нормативные акты Университета по основным вопросам организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования.

1.3 Общая характеристика ОПОП ВО

1.3.1 Цель и задачи ОПОП ВО

Образовательная программа реализуется с целью формирования у обучающихся необходимых компетенций, обеспечивающих осуществление профессиональной деятельности в соответствии с требованиями ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г., а также с профессиональным стандартом 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 535н, и профессиональным стандартом 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденным приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. N 629н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 26 сентября 2014 г., регистрационный N 34136), с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н.

Комплексной задачей образовательной программы прикладного бакалавриата является подготовка профессионалов высокого уровня для организаций воздушного транспорта и других сфер деятельности, умеющих:

- организовывать информационно-аналитическое, проектное обеспечение функционирования бизнес-процессов авиапредприятий в конкурентной среде;

- формировать принципы, методы и процедуры составления бизнес-планов, контент-программ, рекламных и коммуникационных кампаний и проектов по продвижению организаций в сфере авиабизнеса для целевых и иных аудиторий;

- взаимодействовать со СМИ и иными источниками информации в целях защиты репутации, создания паблисити, формирования и продвижения имиджа авиакомпаний и аэропортовых предприятий;

владеющих способностями:

- реализации профессиональных задач повышенной сложности в области медиаменеджмента с использованием социологического и маркетингового инструментария;

- медиа-аналитики, создания эффективного рекламного и PR дискурса для разработки коммуникационных стратегий, проектов;

- продвижения и оптимизации деятельности авиакомпаний и аэропортовых предприятий в интернет-среде, улучшения индексации сайтов и присутствия в социальных сервисах с помощью SEO и SMM-технологий;

- разработки и реализации антикризисных программ в российских авиакомпаниях и аэропортовых предприятиях.

1.3.2 Трудоемкость ОПОП ВО

Обучение по образовательной программе осуществляется в очной форме обучения.

Трудоемкость образовательной программы составляет 240 зачетных (далее – з. е.) единиц и за учебный год не превышает 70 з. е.

1.3.3 Срок освоения ОПОП ВО

Срок получения образования по образовательной программе, вне зависимости от применяемых образовательных технологий и включая каникулы, предоставляемые после прохождения государственной итоговой аттестации, составляет 4 года.

При обучении по индивидуальному учебному плану инвалидов и лиц с ОВЗ срок получения образования может быть увеличен по их заявлению не более чем на 1 год по сравнению со сроком получения образования, установленным для очной формы обучения.

1.3.4 Структура ОПОП ВО

Структура образовательной программы

| Структура программы бакалавриата | | Объем программы бакалавриата и ее блоков в з.е. |
|----------------------------------|-------------------------------------|---|
| Блок 1 | Дисциплины | 204 |
| Блок 2 | Практика | 27 |
| Блок 3 | Государственная итоговая аттестация | 9 |
| Объем программы бакалавриата | | 240 |

Согласно требованиям ФГОС ВО – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью в обязательной части Блока 1 «Дисциплины» образовательной программы реализуются дисциплины по философии, истории (истории России, всеобщей истории), иностранному языку, безопасности жизнедеятельности, по физической культуре и спорту (2 з. е.). Также реализуются обязательные для освоения элективные дисциплины по физкультуре и спорту в объеме 390 академических часов, которые не включаются в объем ОПОП ВО.

Объем реализуемых факультативных дисциплин составляет 216 академических часов и не включается в объем программы бакалавриата.

В Блок 2 «Практика» входят: в обязательную часть – учебная (профессионально-ознакомительная практика), производственная (профессионально-творческая практика), производственная (преддипломная практика)

В Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» входят: подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена; подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

Объем обязательной части без учета объема государственной итоговой аттестации составляет 86.2%

1.3.5 Требования к уровню подготовки, необходимому для освоения ОПОП ВО

К освоению образовательной программы допускаются лица, имеющие среднее общее образование.

1.3.6 Квалификация, присваиваемая выпускникам

Лицам, успешно прошедшим государственную итоговую аттестацию по образовательной программе, присваивается квалификация «бакалавр» и выдается документ об образовании и о квалификации, подтверждающий получение высшего образования соответствующего уровня и квалификации по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», относящимся к соответствующему уровню высшего образования: диплом бакалавра.

1.3.7 Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность

Выпускники, освоившие образовательную программу, могут осуществлять профессиональную деятельность в следующих областях:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

сфера рекламы и связей с общественностью.

1.3.8 Типы задач профессиональной деятельности

Типы профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие образовательную программу:

- маркетинговый;
- авторский;
- организационный;
- проектный.

Выпускник, освоивший образовательную программу, в соответствии с маркетинговым, авторским, организационным и проектными типами профессиональной деятельности, на которые ориентирована образовательная программа, решает следующие профессиональные задачи:

| Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда) | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности | Объекты профессиональной деятельности(или области) знания) |
|---|--|--|---|
| Об Связь, информационные и коммуникационные технологии | Проектный | Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |
| | Организационный | Организация процесса создания коммуникационного продукта | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности |
| | Авторский | Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности |

| Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда) | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности | Объекты профессиональной деятельности(или области) знания) |
|---|--|--|---|
| | Маркетинговый | Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – сми) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности |
| 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации) | Проектный | Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |
| | Организационный | Организация процесса создания коммуникационного продукта | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – сми) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. |

| Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда) | Типы задач профессиональной деятельности | Задачи профессиональной деятельности | Объекты профессиональной деятельности(или области) знания) |
|---|--|---|--|
| | Авторский | Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – сми) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности |
| | Маркетинговый | Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации | Текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – сми) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности |

1.3.9 Профиль образовательной программы

Профиль образовательной программы: «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе».

1.3.10 Планируемые результаты освоения ОПОП ВО

В результате освоения образовательной программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции:

| Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|--|---|---|
| Универсальные компетенции | | |
| Системное и критическое мышление | УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач | УК 1.1. Выполняет поиск необходимой информации, её критический анализ и обобщает результаты анализа для решения поставленной задачи. УК 1.2.Использует системный подход для решения поставленных задач. |
| Разработка и реализация проектов | УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, | УК-2.1.Формулирует в рамках поставленной цели проекта совокупность задач, обеспечивающие достижение. УК-2.1.Выбирает оптимальный способ решения задач, учитывая действующие правовые нормы имеющиеся условия, ресурсы и ограничения. |
| Командная работа и лидерство | УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде | УК-3.1.Определяет стратегию сотрудничества для достижения поставленной цели. УК-3.2.Взаимодействует с другими членами команды для достижения поставленной задачи. |

| Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|---|--|
| Универсальные компетенции | | |
| Коммуникация | УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) | УК-4.1. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах с использованием современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации на государственном языке. УК-4.2. Демонстрирует умение вести обмен деловой информацией в устной и письменной формах с использованием современных информационно-коммуникативных средств для коммуникации не менее чем на одном иностранном языке. УК-4.3. Использует современные информационно-коммуникативные средства для коммуникации. |
| Межкультурное взаимодействие | УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах | УК-5.1. Анализирует современное состояние общества на основе знания истории. УК-5.2. Интерпретирует проблемы современности с позиций этики и философских знаний. УК-5.3. Демонстрирует понимание общего и особенного в развитии цивилизаций, религиозно-культурных отличий и ценностей локальных цивилизаций. |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни | УК-6.1. Эффективно планирует собственное время. УК-6.2. Планирует траекторию своего профессионального развития и предпринимает шаги по ее реализации. |

| Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|--|
| Универсальные компетенции | | |
| Самоорганизация и саморазвитие (в том числе здоровьесбережение) | УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессионально | УК-7.1.Понимает влияние оздоровительных систем физического воспитания на укрепление здоровья, профилактику профессиональных заболеваний. УК-7.2.Выполняет индивидуально подобранные комплексы оздоровительной или адаптивной физической культуры. |
| Безопасность жизнедеятельности | УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов | УК-8.1.Выявляет возможные угрозы для жизни и здоровья человека, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов. УК-8.2.Понимает как создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов. УК-8.3.Демонстрирует приемы оказания первой помощи пострадавшему. |

| | | |
|---|--|---|
| <p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</p> | <p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности</p> | <p>УК-9.1. Понимает функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социально-экономической политики и ее влияние на индивида УК-9.2Применяет методы планирования для достижения текущих и долгосрочных экономических и финансовых целей,использует инструменты и методы экономических расчётов для обоснования и принятия хозяйственных решений в различных областях жизнедеятельности, управляет финансовыми ресурсами и обосновывает собственные экономические риски УК-9.3Находит эффективные организационно-управленческие решения, самостоятельно осваивает прикладные экономические знания, необходимые для работы в профессиональной сфере.</p> |
|---|--|---|

| Категория (группа) универсальных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|--|--|---|
| Универсальные компетенции | | |
| Гражданская позиция | УК-10 Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению | <p>УК-10.1. Анализирует действующие правовые нормы, обеспечивающие борьбу с коррупцией в различных областях жизнедеятельности, а также способы профилактики коррупции и формирования нетерпимого отношения к ней</p> <p>УК-10.2. Планирует, организует и проводит мероприятия, обеспечивающие формирование гражданской позиции и предотвращение коррупции в обществе</p> <p>УК-10.3. Соблюдает правила общественного взаимодействия на основе нетерпимого отношения к коррупции</p> |

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|--|
| Общепрофессиональные компетенции | | |
| Продукт профессиональной деятельности | ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем | ОПК-1. 1Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2 Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем |
| Общество и государство | ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах | ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. |
| Культура | ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов | ОПК-3.1. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2 .Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов. |

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|---|
| Общепрофессиональные компетенции | | |
| Аудитория | ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |
| Медиакоммуникационная система | ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы |
| Технологии | ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности | ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов |

| Категория (группа) общепрофессиональных компетенций | Код и наименование универсальной компетенции | Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции |
|---|--|---|
| Общепрофессиональные компетенции | | |
| Эффекты | ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности | ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом |

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ опыта) |
|---|---|---|---|--|
| Тип задач профессиональной деятельности: проектный | | | | |
| Участие в разработке и реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью Участие в разработке и реализации индивидуально го и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью | текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам | ПК-1 Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами " | ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам |

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ опыта) |
|---|---------------------------|---|---|------------------------------|
| Тип задач профессиональной деятельности: проектный | | | | |
| | общественность и. | | PRкампании при создании коммуникационного продукта | |

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ опыта) |
|---|---|---|--|--|
| Тип задач профессиональной деятельности: организационный | | | | |
| Организация процесса создания коммуникационного продукта | текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. | ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий | ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам |

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ опыта) |
|---|---------------------------|---|---|------------------------------|
| Тип задач профессиональной деятельности: организационный | | | | |
| | | | корпоративной культуры | |

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ опыта) |
|--|---|--|--|--|
| Тип задач профессиональной деятельности: авторский | | | | |
| Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации | текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. | ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта | ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам |

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ опыта) |
|---|---------------------------|---|---|------------------------------|
| Тип задач профессиональной деятельности: авторский | | | | |
| | | | целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде | |

| Задача ПД | Объект или область знания | Код и наименование профессиональной компетенции | Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции | Основание (ПС, анализ опыта) |
|--|---|---|--|--|
| Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый | | | | |
| Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации | текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности. | ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта | ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта ПК-4.3. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами | 06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 06.013 Специалист по информационным ресурсам |

2. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО

Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации ОПОП ВО, перечислены в определенной последовательности, задаваемой логикой системного проектирования ОПОП ВО в целом. При этом наряду с Федеральным

государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г., профессиональным стандартом 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 535н; профессиональным стандартом 06.013 «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 8 сентября 2014 г. № 629н, с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. № 727н, при проектировании документов активно используются накопленный в Университете предшествующий опыт образовательной, научной, творческой и иной деятельности, а также потенциал сложившихся научно-педагогических школ Университета.

2.1 Учебный план

Учебный план – документ, который определяет перечень дисциплин, практик, государственных аттестационных испытаний государственной итоговой аттестации обучающихся, других видов учебной деятельности с указанием их объема в зачетных единицах, последовательности и распределения по периодам обучения.

2.2 Календарный учебный график

Календарный учебный график – обязательный компонент образовательной программы, позволяющий распределить все виды учебной работы обучающегося по каждому учебному году на весь период обучения в соответствии с требованиями ФГОС ВО.

Общий объем каникулярного времени в учебном году по очной форме обучения составляет 7-10 недель, в том числе не менее двух недель в зимний период.

2.3 Рабочие программы дисциплин

Перечень рабочих программ учебных дисциплин представлен в таблице:

| Наименование | Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины | |
|---------------------------|---|---------------------------------|
| | Код | Наименование |
| Блок 1. Дисциплины | | |
| Обязательная часть | | |
| История | | |
| Всеобщая история | 3 | Истории и управления персоналом |

| Наименование | Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины | |
|--|---|---|
| | Код | Наименование |
| История России | 3 | Истории и управления персоналом |
| Социология | 2 | Социально-экономических дисциплин и сервиса |
| Введение в коммуникационные специальности | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Логика и теория аргументации | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Культурология | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Религиоведение | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| История мировой литературы и искусства | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Современный русский язык | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Философия | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| История рекламы и связей с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Политология | 2 | Социально-экономических дисциплин и сервиса |
| Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Основы теории коммуникации | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Иностранный язык | 7 | Языковой подготовки |
| Теория и практика рекламы | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Экономика | 17 | Экономики |
| Речевая коммуникация и | 1 | Философии и социальных |

| Наименование | Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины | |
|---|---|--|
| | Код | Наименование |
| копирайтинг в рекламе и связях с общественностью | | коммуникаций |
| Имиджелогия | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Теория и практика массмедиа | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Интегрированные коммуникации и брендинг | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Социология и психология рекламы и связей с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Цифровые коммуникации | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Безопасность жизнедеятельности | 27 | Безопасности жизнедеятельности |
| Менеджмент в рекламе и связях с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Основы информационно-аналитической работы | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Коммуникационное обеспечение авиабизнеса | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Физическая культура и спорт | 9 | Физической и психофизиологической подготовки |
| Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Разработка и технологии производства рекламного продукта в авиабизнесе | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Аналитика дискурса авиабизнеса | 1 | Философии и социальных коммуникаций |

| Наименование | Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины | |
|--|---|--|
| | Код | Наименование |
| Ресурсное обеспечение авиабизнеса | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Часть, формируемая участниками образовательных отношений | | |
| Теория и практика связей с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Организация и проведение коммуникационных кампаний | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Проблемы развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Дисциплины по выбору | | |
| Риторика | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Письменная коммуникация | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Дисциплины по выбору | | |
| Конфликтология | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Стратегии и тактики деловых переговоров | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Дисциплины по выбору | | |
| Организация выставочной деятельности в авиабизнесе | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Разработка, организация и проведение массовых и имиджевых кампаний | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Элективные дисциплины по физической культуре и спорту | | |
| Адаптивная физическая культура | 9 | Физической и психофизиологической подготовки |
| Общефизическая и специальная физическая подготовка | 9 | Физической и психофизиологической подготовки |
| Спортивная подготовка | 9 | Физической и психофизиологической подготовки |

| Наименование | Закрепленная кафедра – разработчик рабочей программы дисциплины | |
|---|---|---|
| | Код | Наименование |
| ФТД. Факультативные дисциплины | | |
| История гражданской авиации | 3 | Истории и управления персоналом |
| Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования | 1 | Философии и социальных коммуникаций |
| Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями | 28 | Коммерческой деятельности на воздушном транспорте |

Рабочая программа дисциплины включает: цели освоения дисциплины; место дисциплины в структуре образовательной программы; компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины, и индикаторы их достижения; объем дисциплины и виды учебной работы; содержание дисциплины, включая соотнесение тем дисциплины и формируемых компетенций; темы (разделы) дисциплины и виды занятий; содержание дисциплины; практические занятия; лабораторный практикум; самостоятельную работу; учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины, в том числе основную литературу, дополнительную литературу, перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет», программное обеспечение (лицензионное), базы данных, информационно-справочные и поисковые системы; материально-техническое обеспечение дисциплины; образовательные и информационные технологии; фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины; методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.

Аннотации рабочих программ дисциплин представлены в приложении 1.

2.4 Программы практик

Виды практик, являющихся частью практической подготовки как формы организации образовательной деятельности при освоении образовательной программы в условиях выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на

формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы обучающихся, включают:

– входящие в обязательную часть образовательной программы: учебную (профессионально-ознакомительную практику), производственную (профессионально-творческую практику), производственную (преддипломную)

Программа учебной (профессионально-ознакомительной практики), производственной (профессионально-творческой практики), производственной (преддипломной практики) включает: цели (учебной, производственной, преддипломной) практики; задачи (учебной, производственной, преддипломной) практики; формы и способы проведения (учебной, производственной, преддипломной) практики; перечень планируемых результатов; место (учебной, производственной, преддипломной) практики в структуре образовательной программы; объем (учебной, производственной, преддипломной) практики; рабочий график (план) проведения (учебной, производственной, преддипломной) практики; формы отчетности; фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике; учебно-методическое и информационное обеспечение (учебной, производственной, преддипломной) практики; материально-техническую базу практики.

Аннотации программ практик представлены в приложении 2.

Практики проводятся на кафедрах Университета, структурных подразделениях Университета или в сторонних организациях, в том числе:

1. СПбГУ ГА:

- Отдел по связям с общественностью, до вузовской подготовки и содействию трудоустройству выпускников СПбГУ ГА
- Приемная комиссия
- Редакция многотиражной газеты «Академический вестник»
- Социологический центр

2. Организации для проведения практики:

- ООО «Лурд» (г. Санкт-Петербург), договор №068/2018 от 09.07.2018
- ООО «Бизнес Групп» (г. Санкт-Петербург), договор №067/2018 от 09.07.2018
- ООО «РПК «Ганза» (г. Санкт – Петербург), договор №069/2018 от 09.07.2018
- ООО «Гостиница «Пулковская» (г. Санкт-Петербург), договор б/н/00101/2017 от 23.10.2017

3. Аэропорты:

- ООО «Воздушные Ворота Северной Столицы» производственный отдел, (г. Санкт-Петербург), договор № 00032/2016 от 15.04.2016
- ОАО «Аэропорт Анапа», договор № 00064/2016 от 26.12.2016
- АО «Международный аэропорт Краснодар», договор № 30/17-МАКР от 01.01.2017
- АО «Международный аэропорт Сочи», договор № 00065/2016 от 26.12.2016

- ОАО «Международный аэропорт Владивосток», договор № 00035/2016/232-83/2016 от 23.05.2016
- АО «Челябинское авиапредприятие», договор № 247 от 01.09.2016
- ОАО «Международный аэропорт Минеральные Воды», договор № 1101/2016-У от 15.07.2016
- АО «Аэропорт Толмачёво» (г. Новосибирск), договор № 28-160674 от 30.08.2016
- ОАО «Аэропорт «Бегишево» (г. Нижнекамск), договор № БГШ-506\16 от 13.07.2016
- АО «Ростоваэроинвест» (а/п Платов, г. Ростов-на-Дону), договор РНД-228/18-Д06 от 14.02.2018
- ГП КК «Авиапредприятие «Черемшанка» (г. Красноярск), договор № 054/2016 от 12.09.2016
- ОАО «Омский аэропорт», договор №720/07-2018 от 12.07.2018
- АО «Аэропорт «Храброво» (г. Калининград), договор DOU-141/16 от 16.12.2016
- ПАО «Аэропорт Кольцово» (г. Екатеринбург), договор № 00063/2016 от 26.12.2016
- АО «Международный аэропорт Петропавловск-Камчатский (г. Елизово)», договор № 00061/2016 от 30.11.2016
- АО «Аэропорт Архангельск», договор №72-ПД-17 от 19.04.2017
- АО «Аэропорт Пулково» (г. Санкт-Петербург), договор №00071/2017 от 03.04.2017
- ПАО «Аэропорт Братск», договор № 00082/2017 от 18.05.2017
- АО «Международный аэропорт «Уфа», договор №00085/2017 от 23.05.2017
- ПАО «Аэропорт Мурманск», договор № а/п-1946/17 от 23.06.2017
- ГУП Оренбургской области «Международный аэропорт «Оренбург», договор № 646/АП-2018 от 11.07.2018
- ПАО «Международный аэропорт Нижний Новгород», договор №00084/2017/ МАНН-534/17-Р57 от 22.05.2017
- ОАО «Аэропорт Туношна» (г. Ярославль) договор №00099/2017 от 14.11.2017
- ООО «Международный Аэропорт «Симферополь», договор №00097/2017 от 09.10.2017
- АО «Хабаровский Аэропорт», договор №15-100/18 от 09.02.2018
- ООО «Центр Авиа» (г. Иваново), договор №00117/2018 от 12.04.2018
- ОАО «Аэропорт Сургут», соглашение о социальном партнерстве от 25.04.2018
- АО «Международный аэропорт Калуга», договор №18/161 от 26.06.2018

4.Авиакомпании

- ОАО Авиакомпания «Уральские авиалинии» (г. Екатеринбург), договор №8.1/1297-16 от 23.11.2016
- ГП КК «КрасАвиа» (г. Красноярск), договор №5499/16 от 19.08.2016
- АО «Ижавиа» (г. Ижевск), договор №941-16/3 от 1.09.2017
- ООО Авиакомпания «Турухан» (г. Красноярск), договор №39 от 14.02.2017
- АО «Нордавиа – региональные авиалинии» (г. Архангельск), договор №668-Н25-17 от 01.12.2017
- ОАО «Псковавиа» (г. Псков), договор №00112/2018 от 29 декабря 2017
- ООО Авиакомпания «Авиастар –ТУ» (г. Жуковский, Московская обл.), договор №000111/2018 от 01.03.2018
- АО «Авиакомпания «Россия» (Москва, Санкт – Петербург), договор № 00115/2018 от 23.03.2018

5.Предприятия по обслуживанию авиакомпаний

- ООО «Аэролайн» (г. Санкт-Петербург), договор №00072/2017 от 03.04.2017
- ООО «Виртранс» (г. Санкт-Петербург), договор №00070/2017 от 03.04.2017
- ООО «ДжетПорт СПб» (г. Санкт-Петербург), договор №1 от 09.04.2018

6.Государственные и муниципальные организации

- Муниципальный совет муниципального образования поселок Шушары (г. Санкт-Петербург), договор №00028/2016 от 31.03.2016
- Главное следственное управление Следственного комитета Российской Федерации по городу Санкт-Петербургу, договор №00049/2016 от 20.07.2016
- Комитет имущественных отношений Санкт-Петербурга, договор №30/16а от 15.02.2016
- Санкт-Петербургское государственное казенное учреждение «Агентство внешнего транспорта», соглашение о сотрудничестве № 01 от 16.04.2015
- Администрация Пушкинского района г.Санкт-Петербурга, договор №00078/2017 от 24. 04.2017
- Комитет по развитию транспортной инфраструктуры г.Санкт – Петербурга, договор №00032/2016 от 16.06.2016.

Аннотации программ практик представлены в приложении 2.

2.5 Программа государственной итоговой аттестации

Государственная итоговая аттестация является одной из составляющих контроля качества освоения образовательных программ (ее завершающей составляющей), входит в Блок 3 «Государственная итоговая аттестация» и включает:

- подготовку к сдаче и сдачу государственного экзамена;

– подготовку к процедуре защиты и защиту выпускной квалификационной работы.

Программа государственной итоговой аттестации включает: цели и задачи государственной итоговой аттестации; форму государственной итоговой аттестации; место государственной итоговой аттестации в структуре ОПОП ВО; общую трудоемкость и продолжительность государственной итоговой аттестации; фонд оценочных средств для проведения государственной итоговой аттестации; учебно-методическое и информационное обеспечение государственной итоговой аттестации; материально-техническое обеспечение государственной итоговой аттестации.

Аннотация программы государственной итоговой аттестации представлена в приложении 3.

2.6 Оценочные средства

Оценочные средства образовательной программы включают фонды оценочных средств: дисциплин, практики (учебной, производственной и преддипломной), государственной итоговой аттестации.

Фонд оценочных средств дисциплины включает в себя:

балльно-рейтинговую оценку текущего контроля успеваемости и знаний студентов, которая используется по усмотрению разработчика рабочей программы дисциплины;

методические рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций;

контрольные вопросы для проведения входного контроля остаточных знаний по обеспечиваемым дисциплинам;

описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания;

типовые контрольные задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам обучения по дисциплине.

Фонд оценочных средств практики (учебной, производственной, преддипломной) включает в себя:

Методически рекомендации по проведению процедуры оценивания знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по итогам прохождения практики;

описание критериев оценивания уровня сформированности компетенций обучающихся;

типовые контрольные задания для проведения промежуточной аттестации.

Фонд оценочных средств государственной итоговой аттестации включает в себя:

фонд оценочных средств для проведения государственного экзамена: сформированность компетенций выпускника, содержание государственного экзамена, примерный перечень вопросов и типовые контрольные задания к государственному экзамену, показатели и критерии оценивания результатов сдачи государственного экзамена, а также шкалы оценивания;

фонд оценочных средств для оценки защиты выпускной квалификационной работы: сформированность компетенций выпускника,

примерный перечень тем выпускных квалификационных работ, требования к выпускным квалификационным работам и порядку их выполнения, показатели и критерии оценивания результатов выпускной квалификационной работы, а также шкалы оценивания, методические материалы, определяющие процедуру оценивания результатов освоения образовательной программы.

2.7 Методические материалы

Образовательная программа обеспечена учебно-методическими и методическими материалами, размещенными в электронной информационно-образовательной среде Университета.

3. Условия реализации ОПОП ВО

3.1 Общесистемные требования

Университет располагает на праве собственности или ином законном основании материально-техническим обеспечением образовательной деятельности (помещениями и оборудованием) для реализации образовательной программы по Блоку 1 «Дисциплины» и Блоку 3 «Государственная итоговая аттестация».

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Электронная информационно-образовательная среда обеспечивает:

- доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин, программам практик, электронным учебным изданиям и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах дисциплин, программах практик;
- формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение его работ и оценок за эти работы.

В случае реализации программы бакалавриата с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий электронная информационно-образовательная среда Университета дополнительно обеспечивает:

- фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;
- проведение учебных занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и (или) асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет».

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее

использующих и поддерживающих. Функционирование электронной информационно-образовательной среды соответствует законодательству Российской Федерации

3.2 Требования к материально-техническому и учебно-методическому обеспечению образовательной программы

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин.

Помещения для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства (состав определяется в рабочих программах дисциплин и подлежит обновлению при необходимости).

При использовании в образовательном процессе печатных изданий библиотечный фонд укомплектован печатными изданиями из расчета не менее 0,25 экземпляра каждого из изданий, указанных в рабочих программах дисциплин, программах практик, на одного обучающегося из числа лиц, одновременно осваивающих соответствующую дисциплину, проходящих соответствующую практику.

Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ), в том числе в случае применения электронного обучения, дистанционных образовательных технологий, к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин и подлежит обновлению (при необходимости).

3.3 Требования к кадровым условиям реализации программы

Реализация образовательной программы обеспечивается педагогическими работниками Университета, а также лицами, привлекаемыми Университетом к реализации ОПОП ВО на иных условиях.

Квалификация педагогических работников Университета отвечает квалификационным требованиям, указанным в квалификационных справочниках.

Не менее 70 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях, ведут научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины.

Не менее 5 процентов численности педагогических работников Университета, участвующих в реализации образовательной программы, и лиц, привлекаемых Университетом к реализации программы бакалавриата на иных условиях, являются руководителями и (или) работниками иных организаций,

осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (имеют стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет).

Не менее 60 процентов численности педагогических работников Университета и лиц, привлекаемых к образовательной деятельности Университета на иных условиях, имеют ученую степень (в том числе ученую степень, полученную в иностранном государстве и признаваемую в Российской Федерации) и (или) ученое звание (в том числе ученое звание, полученное в иностранном государстве и признаваемое в Российской Федерации).

3.4 Требования к финансовым условиям реализации образовательной программы

Финансовое обеспечение реализации программы бакалавриата осуществляется в объеме не ниже значений базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг по реализации образовательных программ высшего образования – программ бакалавриата и значений корректирующих коэффициентов к базовым нормативам затрат, определяемых Министерством науки и высшего образования Российской Федерации.

3.5 Требования к применяемым механизмам оценки качества образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе

Качество образовательной деятельности и подготовки обучающихся по образовательной программе определяется в рамках системы внутренней оценки качества, представляющей собой комплекс мер по всестороннему анализу и объективной оценке содержания, организации и качества образовательного процесса. Внутренняя система оценки качества образования в Университете реализуется в форме мониторинга (далее - мониторинг) качества основных образовательных программ.

Мониторинг представляет собой систематическую оценку содержания и качества основных образовательных программ на соответствие требованиям федеральных государственных образовательных стандартов, а также требованиям рынка труда, предъявляемых к выпускникам Университета. Мониторинг проводится с учетом мнения обучающихся, руководителей основных образовательных программ и научно-педагогических работников Университета, ответственных за их разработку, актуализацию и реализацию, а также мнения работодателей и их объединений в соответствующей сфере профессиональной деятельности

Объектами мониторинга являются: основные образовательные программы; результаты освоения обучающимися основных образовательных программ; качество работы научно-педагогических работников, участвующих в реализации основных образовательных программ; ресурсное обеспечение образовательной деятельности по основным образовательным программам;

институциональные условия реализации основных образовательных программ.

При проведении мониторинга оценивается уровень выполнения следующих показателей:

- лицензионных требований;
- требований соответствия содержания и качества подготовки обучающихся, предъявляемых при процедуре государственной аккредитации по основным образовательным программам в соответствии с требованиями федеральных государственных образовательных стандартов;
- показателей эффективности образовательной деятельности Университета, установленных Министерством науки и высшего образования Российской Федерации;
- результатов ежегодного самообследования, проводимого Университетом;
- дополнительные показатели, которые могут устанавливаться Университетом.

4. Социально-культурная среда Университета

Университетом сформирована социокультурная среда и созданы условия для всестороннего развития личности обучающегося.

Ключевыми элементами социокультурной среды Университета являются: активное развитие социально-воспитательного компонента учебного процесса, корпоративные ценности, корпоративные традиции, корпоративная этика, корпоративные коммуникации, здоровый образ жизни.

Воспитательные задачи Университета, вытекающие из приоритета общечеловеческих и нравственных ценностей, реализуются в совместной образовательной, научной, производственной, общественной и иной деятельности обучающихся. Воспитательная деятельность в Университете осуществляется системно через учебный процесс, учебную и производственную практику, включая преддипломную практику и систему внеучебной работы по всем направлениям. Ключевыми направлениями молодежной политики, реализуемой в Университете, являются: гражданско-патриотическое воспитание; духовно-нравственное воспитание; развитие студенческого самоуправления; профессионально-трудовое воспитание; физическое воспитание; культурно-эстетическое воспитание; научная деятельность обучающихся; правовое воспитание и др. Воспитательные цели и задачи отражены в программе воспитания и в плане воспитательной работы (приложение 4).

С целью создания условий, способствующих развитию нравственности обучающихся на основе общечеловеческих ценностей, оказания помощи в жизненном самоопределении, нравственном и профессиональном становлении реализуется программа по морально-нравственному воспитанию студентов. Обучающиеся Университета принимают активное участие в фестивалях, смотрах, конкурсах и прочих культурных мероприятиях на различных уровнях (внутривузовском, межвузовском и т.д.). Большое внимание уделяется студенческому самоуправлению. Участие в студенческом самоуправлении дает широкие возможности для реализации личностного потенциала обучающихся. Спортивно-массовая работа с обучающимися Университета проводится с целью

сохранения и приумножения спортивных достижений, популяризации различных видов спорта, формирования у обучающихся культуры здорового образа жизни. Физическая культура и спорт рассматриваются не только как путь к здоровью нации, но и как важная составляющая в подготовке современного квалифицированного специалиста, востребованного на рынке труда.

5. Другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся при реализации ОПОП ВО

Университет обеспечивает гарантию качества подготовки, в том числе путем:

разработки стратегии по обеспечению качества подготовки выпускников с привлечением представителей работодателей;

мониторинга, периодического рецензирования образовательных программ;

разработки объективных процедур оценки уровня знаний и умений обучающихся, компетенций выпускников;

обеспечения компетентности преподавательского состава;

регулярного проведения самообследования по согласованным критериям для оценки своей деятельности (стратегии) и сопоставления с другими образовательными учреждениями с привлечением представителей работодателей;

информирования общественности о результатах своей деятельности, планах, инновациях.

Оценка качества освоения образовательной программы включает текущий контроль успеваемости, промежуточную аттестацию обучающихся и государственную итоговую аттестацию выпускников.

Конкретные формы и процедуры текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по каждой дисциплине разрабатываются на основе ФГОС ВО и доводятся до сведения обучающихся в течение первого месяца обучения.

Обучающимся и представителям работодателей предоставлена возможность оценивания содержания, организации и качества учебного процесса в целом, а также работы отдельных преподавателей.

В Университете созданы условия для максимального приближения системы оценивания и контроля компетенций бакалавров к условиям их будущей профессиональной деятельности. С этой целью кроме преподавателей конкретной дисциплины в качестве внешних экспертов активно используются работодатели (представители заинтересованных организаций), преподаватели, читающие смежные дисциплины.

Приложение 1

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ВСЕОБЩАЯ ИСТОРИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Цели освоения дисциплины «Всеобщая история»: формирование у обучающихся фундаментальных знаний об основных этапах, содержании и закономерностях мирового исторического процесса, способности их анализировать и понимать основные проблемы, тенденции и направления в изучении всеобщей истории от первобытного общества до наших дней; создание представления о возможных путях использования приобретенных знаний и навыков, в том числе для формирования собственной гражданской позиции. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5; ОПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 2 зачетных единицы, 72 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Всеобщая история как наука. Первобытная эпоха человечества Тема 2. История Древнего Мира Тема 3. Становление и развитие европейской средневековой цивилизации. Государства Востока в Средние века Тема 4. Основные тенденции развития всемирной истории в Новое время (конец XV–XVIII вв.) Тема 5. Европа и мир в XIX в. Тема 6. Новейшее время. Индустриальное общество в первой половине XX в. Тема 7. Становление постиндустриальной цивилизации во второй половине XX – начале XXI вв. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ИСТОРИЯ РОССИИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Цели освоения дисциплины «История России»: формирование у обучающихся фундаментальных знаний об основных этапах и содержании истории России с древнейших времен до наших дней; усвоение обучающимися уроков отечественного опыта исторического развития в контексте мирового опыта и общечивилизационной перспективы; формирование способности анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5; ОПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 2 зачетных единицы, 72 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1. Восточные славяне (VI – IX вв.). Древнерусское государство (IX – XII вв.). Русские земли в период раздробленности (XII – XIII вв.). Образование Российского централизованного государства (XV – XVI вв.)</p> <p>Тема 2. Россия в XVII в. Утверждение абсолютизма и становление Российской империи в XVIII в.</p> <p>Тема 3. Развитие России в первой половине XIX в. Буржуазные реформы второй половины XIX в. Особенности развития капитализма в России</p> <p>Тема 4. Российская империя в условиях модернизации (конец XIX в. – 1914 г.). Россия в условиях общенационального кризиса (1917 – 1920 гг.). Октябрьская революция 1917 г. Гражданская война и иностранная интервенция</p> <p>Тема 5. Советское государство в 1920 – 1930-е гг. Образование СССР</p> <p>Тема 6. Советский Союз в годы Второй мировой войны. Развитие СССР в послевоенный период (1945 – 1964 гг.)</p> <p>Тема 7. Советский Союз в 1964 – 1991 гг. Российская Федерация в конце XX – начале XXI вв.</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | СОЦИОЛОГИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Социология» являются: приобретение студентами знаний основных положений зарубежной и отечественной социологической мысли, социальных механизмов и регуляторов исторического развития общества, межкультурного разнообразия общества, формирование представлений о профессиональной деятельности, её значимости и социальной ответственности для общества, а также применение социологических знаний, умений, навыков для проведения социологических исследований при взаимодействии с государственными и коммерческими институтами для создания коммуникационных продуктов. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5; ОПК-2; ОПК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единиц, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Социология как наука об обществе. Социальные, экономические, политические факторы Тема 2. История становления и развития социологии (философский, исторический, этический контекст) Тема 3. Социальные институты и гражданское общество Тема 4. Культура в развитии общественной жизни. Межкультурное взаимодействие Тема 5. Социально-профессиональная деятельность специалиста по рекламе Тема 6 Программа социологического исследования. Исследование медиапродукта Тема 7 Специфика проведения социологического исследования. Профессиональная ответственность специалиста по рекламе и связям с общественностью в проведении социологических исследований |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ВВЕДЕНИЕ В КОММУНИКАЦИОННЫЕ СПЕЦИАЛЬНОСТИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Введение в коммуникационные специальности» является формирование представления об основных направлениях коммуникационной деятельности, специфике профессии, освоение системы ключевых терминов и понятий, связанных с коммуникационной деятельностью. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-6; ОПК-4; ОПК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единиц, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Концепция интегрированных коммуникаций Тема 2. Связи с общественностью как научная дисциплина и сфера профессиональной деятельности Тема 3. Профессиональные организации и ассоциации в связях с общественностью Тема 4. Планирование коммуникационной деятельности Тема 5. Взаимодействие со СМИ как направление PR-деятельности Тема 6. Виды PR-мероприятий Тема 7. Классификация PR-документов |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ЛОГИКА И ТЕОРИЯ АРГУМЕНТАЦИИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Логика и теория аргументации» являются: формирование знаний студентов о специфике логического знания, об особенностях и свойствах мышления как особого вида человеческой деятельности;- приобретение умений и практических навыков логического анализа мыслительной деятельности (рефлексия своих и чужих мыслительных конструкций). |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-1; УК-4 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единиц, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1Предмет логики и ее основные законы Тема 2Понятие как форма мышления Тема 3 Логическая характеристика суждения Тема 4 Сложные суждения Тема 5Умозаключения . Тема 6Понятие и виды гипотез. Теория Тема 7Аргументация. Логико-практический характер аргументации. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | КУЛЬТУРОЛОГИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Культурология» являются: формирование у студентов теоретических знаний в области теории культуры и исторической культурологии для выработки мировоззренческой позиции и развития личности, а также приобретение умений и практических навыков культурного диалога, работы в коллективе на основе толерантности, способности воспринимать этнические, конфессиональные и культурные различия. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единиц, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Специфика культурологического знания. Понятие культуры Тема 2. Анатомия культуры Тема 3. Динамика социокультурного процесса Тема 4. Национальные особенности и традиции русской культуры Тема 5. Культура в современном мире |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | РЕЛИГИОВЕДЕНИЕ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Религиоведение» являются: формирование у студентов теоретических знаний в области теории и истории религии для выработки мировоззренческой позиции и развития личности, а также приобретение умений и практических навыков культурного диалога, работы в коллективе на основе толерантности, способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и конфессиональном контекстах. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единиц, 108 академических часов. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Предмет религиоведения. Основы теории религии. Тема 2. Происхождение религии и ее ранние формы. Тема 3. Религия в культуре древних цивилизаций. Тема 4. Мировые религии: буддизм. Тема 5. Мировые религии: христианство. Тема 6. Мировые религии: ислам. Тема 7. Религия в XXI веке. Новые рубежи духовной жизни человечества. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ИСТОРИЯ МИРОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСКУССТВА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «История мировой литературы и искусства» является: освоение классических произведений мировой литературы и искусства, знакомство с основными тенденциями развития мирового художественного творчества, осознание взаимосвязи культуры Запада и Востока. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1,2 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5; ОПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 7 зачетных единиц, 252 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>1 семестр</p> <p>Тема 1. Введение в курс мировой литературы и искусства</p> <p>Тема 2. Искусство Древнего мира</p> <p>Тема 3. Античное искусство</p> <p>Тема 4. Древнерусская литература и искусство</p> <p>2 семестр</p> <p>Тема 5. Литература и искусство средневековья</p> <p>Тема 6. Западноевропейское искусство эпохи Возрождения</p> <p>Тема 7. Западноевропейское искусство XVIII – XVIII веков</p> <p>Тема 8. Основные направления западноевропейского искусства конца XVIII -XIX веков</p> <p>Тема 9. Литература XIX века: романтизм.</p> <p>Тема 10. Литература XIX века: реализм.</p> <p>Тема 11. Русское искусство XVIII - первой половины XIX в.</p> <p>Тема 12. Русское искусство второй половины XIX в.</p> <p>Тема 13. Русское искусство конца XIX – начала XX века.</p> <p>Тема 14. Основные направления и тенденции развития зарубежного искусства XX века</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен (1,2 семестр), Курсовая работа(1 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Современный русский язык» являются: формирование универсальных и общекультурных компетенций в области современного русского языка, культуры речи и литературного редактирования на основе изучения теоретических основ, овладения нормами литературного языка и навыками редактирования текста. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1,2,3 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-4; ОПК-1 |
| Трудоемкость дисциплины | 7 зачетных единиц, 252 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>1 семестр</p> <p>Тема 1. Русский литературный язык: понятие, основные исторические этапы его становления.</p> <p>Тема 2. Культура речи, её нормативный, коммуникативный и этический аспекты. Проблемы речевой культуры в современном обществе</p> <p>Тема 3. Орфоэпические и акцентологические нормы современного русского литературного языка и их нарушение</p> <p>Тема 4. Лексические нормы современного русского литературного языка</p> <p>Тема 5. Морфологические нормы современного русского литературного языка, традиционные ошибки, вызванные их нарушением.</p> <p>Тема 6. Синтаксические нормы</p> <p>Тема 7. Этическая составляющая культуры речи</p> <p>Тема 8. Выразительность речи</p> <p>2 семестр</p> <p>Тема 1. Стилистика как особая лингвистическая дисциплина</p> <p>Тема 2. Функциональные стили современного русского языка и их взаимодействие.</p> <p>Понятие разговорной речи и ее особенности.</p> <p>Тема 3. Научный стиль. Функционально-стилевая классификация научного стиля. Культура научной и профессиональной речи</p> |

| Наименование дисциплины | СОВРЕМЕННЫЙ РУССКИЙ ЯЗЫК |
|---|--|
| | <p>Тема 4. Официально-деловой стиль. Устные и письменные жанры официально-делового стиля</p> <p>Тема 5. Публицистический стиль. Особенности языка средств массовой информации</p> <p>Тема 6. Реклама в деловой речи. Жанры рекламы. Язык рекламы в публицистическом стиле и деловой речи.</p> <p>Тема 7. Художественный стиль. Художественная литература как высшая форма русского языка</p> <p>Тема 8. Стилистические нормы современного русского языка и их нарушение</p> <p>3 семестр</p> <p>Тема 1. Литературное редактирование как учебная дисциплина</p> <p>Тема 2. Текст как предмет работы редактора</p> <p>Тема 3. Методика редакторского анализа и правки текста</p> <p>Тема 4. Логические основы редактирования текста</p> <p>Тема 5. Работа редактора над композицией произведения</p> <p>Тема 6. Работа редактора с фактической основой текста</p> <p>Тема 7. Способы изложения и виды текста</p> <p>Тема 8. Редакторская оценка описания и различных типов повествования</p> <p>Тема 9. Литературное редактирование рекламных и PR-текстов.</p> <p>Тема 10. Основные виды ошибок, нарушающих коммуникативную эффективность рекламных и PR-текстов.</p> |
| <p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> | <p>Зачет (1 семестр), Зачет с оценкой (2,3 семестр)</p> |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ФИЛОСОФИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Философия» являются освоение основных понятий и концептуальных моделей классической и современной философии; знакомство с актуальными проблемами новейшей философии |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 4 зачетных единиц, 144 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1 Философия, ее предмет и место в культуре</p> <p>Тема 2 Античная философия</p> <p>Тема 3 Философия Средневековья и эпохи Возрождения</p> <p>Тема 4 Философия Нового времени</p> <p>Тема 5 Отечественная философия</p> <p>Тема 6 Современная философия</p> <p>Тема 7 Философская онтология</p> <p>Тема 8 Сознание как предмет философии</p> <p>Тема 9 Теория познания</p> <p>Тема 10 Философия и методология науки</p> <p>Тема 11 Философская антропология</p> <p>Тема 12 Социальная философия</p> <p>Тема 13 Философия науки и техники</p> <p>Тема 14 Философия будущего</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ИСТОРИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «История рекламы и связей с общественностью» являются формирование у студентов систематизированного мировоззренческого взгляда на исторические этапы возникновения, становления и развития рекламы и связей с общественностью, на формы, методы и технологии рекламы и связей с общественностью в определенные исторические периоды как инструментов будущих коммуникаций, а также приобретение ими навыков анализа социальных явлений в историческом контексте |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетные единицы, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1 Основные понятия и определения в сфере связей с общественностью и рекламы.</p> <p>Тема 2 Реклама и связи с общественностью от античности до эпохи возрождения</p> <p>Тема 3 Новое время: Реклама и связи с общественностью в Европе (XVII–XVIII). .</p> <p>Тема 4 Реклама и связи с общественностью в XIX – начале XX вв..</p> <p>Тема 5 Российский опыт рекламы и связей с общественностью (с древнейших времен до начала XX вв.) в России</p> <p>Тема 6 Реклама и связи с общественностью в СССР: общие тенденции.</p> <p>Тема 7 Реклама и связи с общественностью: общие тенденции современного развития</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ПОЛИТОЛОГИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Политология» являются: приобретение правовых знаний в сфере политики государства; формирование умения ориентироваться в таких категориях, как: государство, в том числе и правовое государство, власть и лидерство, политическая система государства, формы правления и политические режимы, политические отношения в формате международного и российского права; становление навыков решения практических задач с применением теоретических знаний в области политики и права. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетные единицы, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1 Предмет, методы и отрасли политологии. Тема 2 История политических учений. Тема 3 Политика власть и лидерство как базовые категории политологии. Тема 4 Политическая система и основные политические институты. Тема 5 Политические режимы. Тема 6 Политический конфликт. Тема 7 Теории политического процесса. Тема 8 Политический процесс в постсоветской России. Тема 9 Мировая политика. Современные тенденции развития. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И БАЗЫ ДАННЫХ В ПРИКЛАДНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» являются: формирование представления о современных технических средствах и информационно-коммуникационных технологиях для получения первичного опыта работы с информационными технологиями и базами данных в процессе создания коммуникационного продукта; формирование системного знания о программной части прикладного эмпирического исследования. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2,3 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-4; ОПК-6; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 6 зачетных единиц, 216 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | 2 семестр Тема 1. Обзор существующих и перспективных компьютерных технологий Тема 2. Офис Тема 3. Технологии баз данных Тема 4. Растровая графика Тема 5. Векторная графика Тема 6. Проектирование рекламного продукта 3 семестр. Тема 1 Организация социологического исследования Тема 2 Понятие выборочного исследования Тема 3 Первичное измерение (квантификация) социальных характеристик |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен(2,3 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ОСНОВЫ ТЕОРИИ КОММУНИКАЦИИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Основы теории коммуникации» является: ознакомление с основными понятиями и концептуальными схемами, раскрывающими природу, элементы и интегральную структуру коммуникационного процесса. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2,3 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-2; ОПК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 6 зачетных единиц, 216 академических часов. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | 2 семестр Тема 1. Эпистемологические основы теории коммуникации Тема 2. Истоки и основные этапы становления теории коммуникации Тема 3. Современные подходы к проблеме речевой коммуникации 3 семестр Тема 4. Игра, ритуал, миф как базовые структуры коммуникации Тема 5. Формы и уровни социальной коммуникации Тема 6. Посредники коммуникации (проблема медиа) |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен (2,3 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Иностранный язык» являются: повышение исходного уровня владения английским языком, достигнутого на предыдущей ступени образования, а также овладение студентами 1 и 2 курса необходимым и достаточным уровнем коммуникативной компетенции для решения социально-коммуникативных задач в различных областях бытовой, культурной, профессиональной и научной деятельности при общении с зарубежными коллегами, а также для дальнейшего самообразования |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2,3 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-4; ОПК-1 |
| Трудоемкость дисциплины | 7 зачетных единиц, 252 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>2 семестр</p> <p>Тема 1. В аэропорту.</p> <p>Тема 2. Путешествие на самолете.</p> <p>Тема 3. Авиационный бизнес. Мировые авиакомпании.</p> <p>Тема 4. Деловая встреча. Назначение деловой встречи.</p> <p>Тема 5. Аэрофлот и другие авиакомпании России.</p> <p>Тема 6. Деловая поездка.</p> <p>Тема 7. Деловой разговор. Телефонная беседа.</p> <p>Тема 8. Обсуждение контракта.</p> <p>Тема 9. Целевая аудитория.</p> <p>Тема 10. Общие требования к рекламе.</p> <p>Тема 11. Особые характерные черты рекламы.</p> <p>Тема 12. Основные правила рекламирования.</p> <p>Тема 13. Рекламные агентства.</p> <p>Тема 14. Реклама на разных видах транспорта.</p> <p>Тема 15. Реклама в Интернете.</p> <p>Тема 16. Реклама и связи с общественностью.</p> <p>Тема 17. Профессиональные ярмарки и выставки.</p> <p>Тема 18. Подача заявления о приеме на работу.</p> <p>3 семестр</p> <p>Тема 1. Переговоры.</p> <p>Тема 2. Письменные речевые образцы, используемые в деловом языке.</p> <p>Тема 3. Структура делового письма.</p> <p>Тема 4. Типы рекламы в PR.</p> <p>Тема 5. Престижная реклама.</p> |

| Наименование дисциплины | ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК |
|---|--|
| | <p>Тема 6. Финансовая реклама. Тема 7. Реклама типа «обращение к общественности». Тема 8. Разъяснительно-пропагандистская реклама. Тема 9. Реклама по быстрому распространению важной информации в пользу фирмы. Тема 10. Прямая реклама. Тема 11. Наружная реклама. Тема 12. Телевизионная реклама и радио реклама. Тема 13. Газетно-журнальная реклама. Тема 14. Медиатексты. Медиапродукты. Тема 15. Основы деловой речи. Тема 16. Написание речей. Тема 17. Цели, функции и специфика рекламных и PR-текстов. Тема 18. Деловая переписка. Тема 19. Разговорные формулы в речевой этикете. Тема 20. Новостной (пресс) релиз (сообщение для печати). Тема 21. Слоган.</p> |
| <p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> | <p>Зачет с оценкой (2,3 семестр)</p> |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Теория и практика рекламы» являются: формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании рекламного процесса в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики рекламной деятельности, анализу взаимосвязи рекламы со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как маркетинг и связи с общественностью. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2,3,4,5 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-6; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-6; ПК-2; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 13 зачетных единиц, 468 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>2 семестр</p> <p>Тема 1 Роль рекламы в современном обществе</p> <p>Тема 2 Основные понятия и определения в сфере рекламы</p> <p>Тема 3 Глобальные тенденции развития современной рекламы</p> <p>Тема 4 Функции рекламы в обществе</p> <p>Тема 5 Государственное регулирование и саморегулирование рекламной отрасли</p> <p>Тема 6 Реклама как вид массовой коммуникации</p> <p>Тема 7 Коммерческая реклама</p> <p>Тема 8 Коммуникативные модели коммерческой рекламы</p> <p>Тема 9 Некоммерческая реклама</p> <p>3 семестр</p> <p>Тема 1 Типы и виды рекламы: наружная реклама и реклама на транспорте</p> <p>Тема 2 Телевизионная реклама</p> <p>Тема 3 Радиореклама</p> <p>Тема 4 Печатная реклама</p> <p>Тема 5 Виды рекламы в печатных СМИ</p> <p>Тема 6 Компьютерная реклама</p> <p>Тема 7 Реклама в соцсетях</p> <p>Тема 8 Реклама в системе социокультурных отношений</p> <p>Тема 9 Отражение стереотипов в рекламе</p> <p>Тема 10 Реклама в контексте культуры</p> <p>Тема 11 Теория рекламы в философии постмодерна</p> <p>Тема 12 Реклама как современная мифология</p> |

| Наименование дисциплины | ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА РЕКЛАМЫ |
|---|--|
| | <p>Тема 13 Архетипические модели в рекламе Тема 14 Теория интерпретации сообщений и реклама 4 семестр Тема 1 Понятие рекламного продукта. Разработка рекламного сообщения Тема 2 Составляющие рекламного сообщения Тема 3 Классификация рекламных услуг Тема 4 Планирование рекламной деятельности Тема 5 Рекламное агентство и его функции Тема 6 Рекламная кампания Тема 7 Рекламные и маркетинговые исследования Тема 8 Целевая аудитория рекламной кампании Тема 9 Контроль рекламной деятельности Тема 10 Коммуникационные стратегии в рекламе Тема 11 Рекламная аргументация Тема 12 Понятие креатива в рекламе Тема 13 Идея рекламного сообщения Тема 14 Исследования целевой аудитории в рекламе Тема 15 Язык рекламы: его роль в создании рекламного обращения Тема 16 Семиотика рекламы 5 семестр Тема 1 Художественный дизайн в рекламе Тема 2 Иллюстрирование рекламы Тема 3 Рекламная фотография Тема 4 Цвет как художественное средство в рекламе Тема 5 Дизайн стратегия в рекламе Тема 6 Типы рекламных текстов Тема 7 Функции рекламных текстов Тема 8 Рекламный текст как разновидность современного мифа Тема 9 Структурно-содержательные характеристики рекламного текста Тема 10 Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов Тема 11 Язык рекламных заголовков Тема 12 Виды рекламных заголовков Тема 13 Слоган как рекламная константа Тема 14 Понятие языковой игры в рекламном тексте</p> |
| <p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> | <p>Зачет (2 семестр), Зачет с оценкой (3 семестр), Экзамен (4,5 семестр), Курсовая работа (4 семестр)</p> |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ЭКОНОМИКА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Экономика» является формирование у студентов системы специальных знаний и прикладных навыков в области экономики воздушного транспорта, экономической политики и ее регулирования в современных условиях, являющихся необходимым условием успешной профессиональной деятельности. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 4 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-1; ОПК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часов. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1. Актуальные проблемы современной экономики (введение в экономическую теорию)</p> <p>Тема 2. Современные экономические модели реального сектора экономики</p> <p>Тема 3. Основы экономики отрасли</p> <p>Тема 4. Ресурсы отрасли</p> <p>Тема 5. Расходы и доходы предприятий воздушного транспорта.</p> <p>Тема 6. Прогнозирование и планирование, анализ в деятельности предприятия воздушного транспорта</p> <p>Тема 7. Инновационная и инвестиционная деятельность</p> <p>Тема 8. Инвестиционное проектирование</p> <p>Тема 9. Эффективность реализации направлений развития предприятий воздушного транспорта</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Речевая коммуникация и копирайтинг в рекламе и связях с общественностью» являются: формирование, расширение и углубление знаний студентов о рекламе и связях с общественностью как особой сфере практической деятельности, продуктом которой являются словесные произведения (тексты); формирование умений написания текстов в сфере рекламы и связей с общественностью, а также навыков анализа рекламных и имиджевых текстов в СМИ |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 4 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-6; ОПК-1; ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 6 зачетных единицы, 216 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема1 Речевая коммуникация в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема2 Вербальная и невербальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема 3 Особенности речевой коммуникации в рекламе</p> <p>Тема 4 Особенности речевой коммуникации в связях с общественностью</p> <p>Тема 5 Устный и письменный текст</p> <p>Тема 6Методика разработки идей текстовых тем рекламных материалов</p> <p>Тема 7Символ и значение в рекламном тексте</p> <p>Тема 8 Рекламный текст как разновидность современного мифа</p> <p>Тема 9 Слоган как рекламная константа</p> <p>Тема10 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема11 Письменный текст как ключевая категория в копирайтинге</p> <p>Тема 12Типологические и сущностные признаки PR-текста</p> <p>Тема 13Исследовательско-новостные и фактологические жанры PR-текста</p> <p>Тема 14 Оперативно-новостные жанры PR-текста</p> <p>Тема 15 Исследовательские и образно-новостные жанры PR-текста</p> |

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | РЕЧЕВАЯ КОММУНИКАЦИЯ И КОПИРАЙТИНГ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| | Тема 16 Особенности письменного рекламного текста Тема 17 Структурно-содержательные характеристики рекламного текста Тема 18 Специфика языка рекламных заголовков |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ИМИДЖЕЛОГИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Имиджология» являются: формирование у студентов понимания высокой социальной значимости и ответственности своей будущей профессии, освоение понятийного аппарата, базовых положений и методов имиджологии, получение основных практических навыков, связанных с созданием и продвижением имиджа политических и коммерческих структур, деятелей бизнеса и шоу-бизнеса, товаров, услуг и т.д. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 4 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-2; ОПК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Предметное поле имиджологии и ее место в структуре PR. Тема 2. Технология и инструментарий формирования имиджа. Тема 3. Проблема построения корпоративного имиджа. Тема 4. Корпоративный имидж в условиях различных деловых культур. Тема 5. Современные рекламные технологии как инструмент формирования и продвижения имиджа. Тема 6. Специфика социокультурного функционирования имиджа. Тема 7. Личный имидж и особенности его формирования. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Теория и практика массмедиа» являются: формирование у студентов теоретических знаний о состоянии, положении и функционировании отечественной журналистики в условиях новейшей технологической революции, а также приобретение умений и практических навыков применения методологического инструментария на материале практики деятельности СМИ, профессионально-теоретического и экономико-политического содержания основной проблематики, относящейся к периодической печати, радиовещанию и телевидению, анализу взаимосвязи журналистики со смежными направлениями деятельности, прежде всего, такими как реклама и связи с общественностью. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 3,4,5 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-1; УК-6; ОПК-5; ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 9 зачетных единиц, 324 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>3 семестр</p> <p>Тема 1 Понятия и термины современной науки о журналистике и СМИ</p> <p>Тема 2 Массовая информация как ключевая категория в сфере массмедиа</p> <p>Тема 3 Социальное предназначение журналистики</p> <p>Тема 4 Общественно-политические аспекты деятельности СМИ</p> <p>Тема 5 Функции журналистики</p> <p>Тема 6 Коммуникативная функция как исходная функция журналистики</p> <p>Тема 7 Современные теории и концепции журналистики</p> <p>4 семестр</p> <p>Тема 1 Предпосылки возникновения журналистики как сферы деятельности</p> <p>Тема 2 Устные и письменные формы коммуникации в Древнем мире и европейском Средневековье</p> <p>Тема 3 Становление и развитие зарубежной периодической печати в XVII-XVIII веках</p> <p>Тема 4 Зарубежная периодическая печать в XIX веке</p> <p>Тема 5 Становление и развитие российской периодической печати в XVII-XVIII веках</p> |

| Наименование дисциплины | ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА МАССМЕДИА |
|---|---|
| | <p>Тема 6 Российская периодическая печать в XIX веке</p> <p>Тема 7 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки в первой половине XX века</p> <p>Тема 8 Журналистика России и русского зарубежья в 1900-1945 годах</p> <p>Тема 9 Развитие системы массмедиа в странах Европы, Азии и Америки во второй половине XX века</p> <p>Тема 10 Развитие системы массмедиа России во второй половине XX века</p> <p>Тема 11 Массмедиа в России и за рубежом в 2000-2020 годах</p> <p>Тема 12 Система СМИ в современном мире</p> <p>Тема 13 Особенности периодической печати, радио и телевидения</p> <p>Тема 14 Типология СМИ: основные принципы и особенности</p> <p>Тема 15 Газета как тип издания</p> <p>Тема 16 Журнал как тип издания</p> <p>Тема 17 Качественные и массовые издания</p> <p>Тема 18 Развитие СМИ в условиях постиндустриального информационного общества</p> <p>5 семестр</p> <p>Тема 1 Экономические аспекты функционирования СМИ</p> <p>Тема 2 Редакция как производственное учреждение.</p> <p>Тема 3 Маркетинг и менеджмент в сфере массмедиа</p> <p>Тема 4 Журналистика как область творческой деятельности</p> <p>Тема 5 Методы сбора информации в журналистике.</p> <p>Тема 6 Использование информационных, аналитических и художественно-публицистических жанров в прессе, на радио и телевидении.</p> <p>Тема 7 Современное массово-информационное право</p> <p>Тема 8 Закон РФ «О средствах массовой информации».</p> <p>Тема 9 Этика журналиста.</p> <p>Тема 10 Техника и технология СМИ</p> <p>Тема 11 Особенности организации редакционных процессов в СМИ</p> <p>Тема 12 Технические аспекты деятельности цифровых СМИ</p> |
| <p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> | <p>Зачет с оценкой (4 семестр), Экзамен (5,6 семестр), Курсовая работа (6 семестр)</p> |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Интегрированные коммуникации и брендинг» являются: формирование у студентов базовых теоретических знаний о маркетинговых коммуникациях в современном брендинге, основных принципов и технологий брендинга и брендбилдинга и умений анализа моделей бренда, а также навыков, составляющих основное содержание профессиональных обязанностей бренд-менеджера. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 4,5,6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-2; ОПК-6; ПК-1; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 10 зачетных единиц, 360 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>4 семестр</p> <p>Тема 1 Интегрированные маркетинговые коммуникации: понятие, сущность, стратегии</p> <p>Тема 2 Интегрированные маркетинговые коммуникации в бизнес-организациях</p> <p>Тема 3 Предмет брендинга. Понятие «Бренд»</p> <p>Тема 4 Классификация брендов</p> <p>Тема 5 Бренд в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций</p> <p>Тема 6 Бренд и товарный знак</p> <p>Тема 7 Сущность бренда</p> <p>Тема 8 Содержание бренда как коммуникационный процесс</p> <p>Тема 9 Стратегические цели брендинга</p> <p>5 семестр</p> <p>Тема 1 Бренд как маркетинговое понятие</p> <p>Тема 2 Реклама и брендинг</p> <p>Тема 3 PR как основа стратегии строительства бренда</p> <p>Тема 4 Бренд как совокупность символических ценностей</p> <p>Тема 5 Разработка бренда</p> <p>Тема 6 Понятие brandstory (легенда)</p> <p>Тема 7 Идентичность бренда</p> <p>Тема 8 Индивидуальность бренда</p> <p>Тема 9 Модели разработки бренда</p> <p>Тема 10 Атрибуты бренда</p> <p>Тема 11 Дизайн бренда как визуальная составляющая</p> <p>Тема 12 Фирменный стиль как составная часть брендинга</p> |

| Наименование дисциплины | ИНТЕГРИРОВАННЫЕ КОММУНИКАЦИИ И БРЕНДИНГ |
|---|--|
| | <p>Тема 13 Деловая культура и брендинг Тема 14 Управление брендом 6 семестр Тема 1 Бренд как средство коммуникации между продавцом и покупателем Тема 2 Бренд-имидж Тема 3 Позиционирование бренда Тема 4 Стратегический уровень бренда Тема 5 Tактический уровень бренда Тема 6 Лояльность к бренду Тема 7 Личностные и социально-психологические факторы лояльности к бренду Тема 8 Стратегии потребительского поведения Тема 9 Понятие коллективного бренда Тема 10 Маркетинг событий Тема 11 Интернет как средство коммуникации и становления бренда Тема 12 Эмоциональный брендинг Тема 13 Эффективность эмоционального брендинга Тема 14 Брендинг и нейромаркетинг Тема 15 Марочный капитал и его измерение Тема 16 Исследования в брендовых коммуникациях</p> |
| <p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> | <p>Зачет с оценкой (4 семестр), Экзамен (5,6 семестр), Курсовая работа (6 семестр)</p> |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Социология и психология рекламы и связей с общественностью» являются: изучение предметных областей, анализ и использование инструментария, технологий социологии, психологии массовых коммуникаций и психологии рекламы для прикладного анализа функционирования рекламной коммуникации и связей с общественностью, повышение эффективности психотехник влияния на потребителей и оценке психологической эффективности рекламного воздействия. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 4,5,6,7,8 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-1; УК-3; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | 16 зачетных единиц 576 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>2 курс 4 семестр</p> <p>Тема.1 Предмет и структура психологии.</p> <p>Тема.2 История развития психологии.</p> <p>Тема.3 Психика и мозг. Сознание и бессознательное.</p> <p>Тема.4 Функциональная структура психики. Развитие психики в онтогенезе.</p> <p>Тема.5 Ощущения и восприятие. Представление и воображение</p> <p>Тема.6 Мышление и речь. Внимание и память.</p> <p>Тема.7 Эмоции и воля. Психические состояния.</p> <p>Тема.8 Мотивация и деятельность</p> <p>Тема. 9 Психология личности. Характер и темперамент.</p> <p>3 курс 5 семестр</p> <p>Тема.1 Предмет и методы социальной психологии</p> <p>Тема. 2Первые исторические формы социальной психологии</p> <p>Тема.3 Основные теоретические направления в социальной психологии.</p> <p>Тема.4 Понятие личности в социальной психологии</p> <p>Тема.5 Самопознание и Я-концепция</p> |

| Наименование дисциплины | СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
|-------------------------|--|
| | <p>Тема.6 Социальная установка Тема.7 Социальное познание. Познание других людей Тема.8 Понятие и функции общения Тема.9 Целенаправленное коммуникативное воздействие Тема.10 Взаимоотношения людей. Аттракция Тема. 11 Взаимоотношения людей. Агрессия Тема.12 Понятие и структура малой группы Тема.13 Динамика малой группы Тема.14 Лидерство в малой группе 3 курс 6 семестр Тема 1 Представление об общественном мнении в истории философской и социологической мысли. Основные понятия теории общественного мнения Тема 2 Гносеологический и социологический подход к сущности общественного мнения. Объект и субъект общественного мнения Тема 3 Общественное мнение как социальный институт Тема 4 Структура и функции общественного мнения. Формирования общественного мнения Тема 5 История становления исследований общественного мнения в Советском Союзе. Современный этап изучения общественного мнения в России Тема 6 Методы социологического изучения общественного мнения. Разработка программы исследования Тема 7 Формирование выборки исследования. Разработка методики массового опроса населения. Тема 8 Новейшие методы изучения общественного мнения. 4 курс 7 семестр Раздел 1 Введение в социологию массовой коммуникации Раздел 2 Структурно-функциональная традиция анализа массовой коммуникации. Массовая коммуникация как социальная подсистема. Раздел 3 Эволюция теорий массовой коммуникации Раздел 4 Эффекты массовой коммуникации Раздел 5 Связи с общественностью и система массовых коммуникаций Раздел 6 Социологические исследования элементов массовой коммуникации 4 курс 8 семестр Тема.1Реклама как предмет психологии. Тема. 2Вербально-суггестивная техника рекламного воздействия. Тема. 3 Метод ассоциаций в практике рекламного воздействия. Тема.4 Психоанализ в практике рекламного воздействия. Тема. 5 Социально-психологический анализ в практике рекламного воздействия. Тема. 6 Мотивационный анализ в практике рекламного воздействия. Тема.7 Психологические основы имидж-стратегии. Тема.8 Психотехника рекламного дизайна. Тема.9 Психология цвета в рекламном дизайне.</p> |

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | СОЦИОЛОГИЯ И ПСИХОЛОГИЯ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| | Тема.10 Психология потребительского поведения. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет (4 семестр), Зачет с оценкой (5,7 семестр), Экзамен (6,8 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Цифровые коммуникации» является: изучение теории и практики использования цифровых коммуникаций для формирования у студентов навыков использования ключевых трендов, основных каналов и форматов цифровой коммуникации, различных методик, в том числе, мобильных технологий, контекстной рекламы услуг, брендов, коммерческих предложений, контента для сети, инструментов для взаимодействия с потребителями, реализации маркетинговых, рекламных, брендинговых и PR-задач, цифровых кампаний любой сложности, решающих как стратегические, так и практические задачи организации |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-6; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 4 зачетные единицы 144 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема.1 Структура рынка цифровых коммуникаций в России.</p> <p>Тема.2. Управление агентством цифровых коммуникаций Стратегия продвижения брендов в цифровых каналах: исследовательская работа, анализ целевой аудитории, каналы коммуникации, показатели эффективности</p> <p>Тема.3.Использование CRM коммуникаций в крупных корпорациях: экосистема, показатели эффективности, пути развития</p> <p>Тема.4.Стратегия использования инструментов работы в социальных медиа: ключевые тренды, основные каналы и форматы коммуникации</p> <p>Тема.5 Мобильные платформы: использование платформ мессенджеров в цифровой коммуникации</p> <p>Тема. 6.Мобильные платформы: использование платформ мобильных приложений в цифровой коммуникации</p> <p>Тема. 7.Стратегическое медиопланирование в работе медийного агентства</p> <p>Тема. 8Программатик - digital- инструмент автоматизированной закупки рекламы на большом количестве сайтов в режиме реального времени</p> <p>Тема.9.Управление цифровыми проектами: эффективные бизнес-процессы, планирование ресурсов, контроль</p> |

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ |
| | качества и показателей эффективности. Стратегия использования инструментов performance-маркетинга |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» является формирование у студентов системы теоретических знаний, практических навыков и умений для обеспечения безопасности в сфере профессиональной деятельности |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-8 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1 Теоретические основы безопасности жизнедеятельности Тема 2 Психофизиологические и эргономические основы безопасности Тема 3 Идентификация и воздействие на человека опасных и вредных производственных факторов Тема 4 Методы и средства защиты человека от воздействия опасных и вредных производственных факторов Тема 5 Организационные основы безопасности жизнедеятельности Тема 6 Гражданская защита |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен (6 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» являются: обучение студентов пониманию теоретических основ управления коммуникациями и формирование соответствующих практических навыков. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-6; ПК-1; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единиц, 108 академических часов. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1 Введение в менеджмент в рекламе и связях с общественностью</p> <p>Тема 2 Функции управления в рекламной и PR деятельности</p> <p>Тема 3 Организация и координация рекламной PR деятельности</p> <p>Тема 4 Контроль рекламной PR деятельности</p> <p>Тема 5 Управление рекламным бюджетом</p> <p>Тема 6 Менеджмент интегрированных коммуникаций</p> <p>Тема 7 Управление информационной безопасностью и коммуникационным пространством компании</p> <p>Тема 8 Бизнес-экосистемы как новый формат управления коммуникациями в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Тема 9 Аналитические исследования в менеджменте</p> <p>Тема 10 Специальные мероприятия как инструмент управления коммуникациями в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Тема 11 Управление брендом и корпоративной репутацией</p> <p>Тема 12 Цифровая трансформация менеджмента в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Тема 13 Менеджмент коммуникаций как процесс</p> <p>Тема 14 Управление конфликтными ситуациями в организациях в сфере рекламы и связей с общественностью</p> <p>Тема 15 Менеджмент в кризисных ситуациях</p> <p>Тема 16 Способы и стили управления. Управленческие решения.</p> <p>Тема 17 Менеджмент в государственных и гражданских некоммерческих организациях</p> |

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | МЕНЕДЖМЕНТ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| | Тема 18 Управление коммуникациями в международной деятельности |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | Основы информационно-аналитической работы |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Основы информационно-аналитической работы» является знакомство студентов с основными эпистемологическими, герменевтическими и эстетическими принципами работы с информацией. Студенты получают представление о смысле и значении лингвистического, иконического, дигитального поворота в культуре, а также о сопутствующих изменениях в производстве, потреблении, оценке и распространении информации. Вводятся в курс актуальных исследовательских программ, ключевых авторов и институций. И благодаря этому вырабатывают практические навыки эпистемологической ориентации в информационном поле, учатся устанавливать механизмы формирования суждений, выделять условия осуществления коммуникации, прояснять принципы доверия. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 7 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-1; ОПК-6; ПК-1; ПК-4 |
| Трудоемкость дисциплины | 4 зачетные единицы, 144 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Понятие информации: исследовательские программы, возможности, проблемы Тема 2. Аналитические и синтетические суждения. Метафора и метонимия. Теория речевых актов. Тема 3: Языки естественные и искусственные. Теория языковых игр. Тема 4. Культурные формы информационного общества Тема 5. Цифровая революция: ее предпосылки, масштаб и значение Тема 6. Принципы цифровых медиа Тема 7. Биосемиотика интерфейса: тело и личность в цифровую эпоху Тема 8. Дополненная, расширенная, гибридная реальность: понимание как подражание и как переживание Тема 9. Социальные медиа: структура и функции Тема 10. Особенности коммуникативного действия в мобильных приложениях Тема 11. Аналитическая работа в ситуации эпистемологической неопределенности: постправда и постирония |

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | Основы информационно-аналитической работы |
| | <p>Тема 12. Цифровое искусство: эстетика баз данных, тактические медиа, хактивизм</p> <p>Тема 13. О чем говорит фейк, когда молчит о факте: основные подходы к выявлению информационных симулякров.</p> <p>Тема 14. Четвертая промышленная революция: кризис интересубъективных конструкций и новые возможности информационного взаимодействия</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | КОММУНИКАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АВИАБИЗНЕСА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Коммуникационное обеспечение авиабизнеса» является понимание студентами необходимости создания организацией собственного коммуникативного пространства, знание основных направлений работы в развитии коммуникационного обеспечения авиабизнеса, учет особенностей работы пресс-структур авиапредприятий и авиакомпаний |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 7 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-1; ОПК-2; ОПК-6; ПК-2; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 4 зачётных единицы, 144 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1 Коммуникационное пространство организации.</p> <p>Тема 2 Медиарилейшнз. Структура и принципы организации пресс- службы.</p> <p>Тема 3 Классификация современных пресс-служб: принципы и особенности</p> <p>Тема 4 Основные функции пресс - подразделения в контексте его функционирования в рамках конкретной организационной структуры.</p> <p>Тема 5 Штатное расписание и структура пресс-службы</p> <p>Тема 6. Основные направления в работе пресс-служб. Основные понятия медиарилейшнз, технологии взаимодействия с журналистами.</p> <p>Тема 7 Медиaplанирование как основа деятельности пресс-службы</p> <p>Тема 8 Место пресс-секретаря в структуре организации или учреждения, а также в структуре пресс- службы. Функции пресс-секретаря. Права и обязанности пресс-секретаря.</p> <p>Тема 9 Функции и задачи пресс-службы авиапредприятий различного уровня</p> <p>Тема 10 Функции и задачи пресс-службы авиакомпаний</p> <p>Тема 11 Основные направления и принципы деятельности пресс-службы в условиях конфликтов и чрезвычайных ситуаций</p> <p>Тема 12 Основные направления в работе пресс-служб.</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» является формирование теоретических знаний и практических навыков для решения проблем, возникающих при управлении проектами в различных сферах хозяйственной деятельности, с акцентом на проекты, связанные с рекламной и коммуникационной деятельностью. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 7 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-6; ПК-1 |
| Трудоемкость дисциплины | Общая Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 академических часов. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1 Программы и проекты как средство решения управленческих задач. Проект и проектная деятельность. Тема 2 Жизненный цикл проекта. Процессы управления проектом. Тема 3 Организационные структуры управления проектом. Тема 4 Управление временными и финансовыми параметрами проекта. Тема 5 Управление качественными характеристиками проекта. Тема 6 Управление рисками в проекте. Тема 7 Управление человеческими ресурсами в проекте. Тема 8 Аудит и завершение работ над проектом. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт» является физкультурное образование обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 7 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | Общая Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 академических часов. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Легкая атлетика Тема 2. Комплексные занятия |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ (для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и особыми образовательными потребностями) |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Физическая культура и спорт (для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и особыми образовательными потребностями)» является физкультурное образование обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | Очная форма – 7 семестр |
| Наименование цикла, к которому относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | Общая трудоёмкость дисциплины «Физическая культура и спорт» составляет 2 зачётных единицы, 72 академических часа. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Общеразвивающие физические упражнения Тема 2. Оздоровительные фитнес-технологии |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ПРАВОВОЕ И ЭТИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕКЛАМЕ И СВЯЗЯХ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Правовое и этическое регулирование в рекламе и связях с общественностью» является формирование у обучающихся знаний о правовом интеллектуальной собственности и правовом обеспечении регулировании деятельности в области рекламы, выработка умений и навыков применения законодательства в профессиональной деятельности. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 7,8 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины. Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-10; ОПК-5; ОПК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетные единицы, 216 академических часа. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Понятие и основные принципы рекламы, организация рекламной деятельности Тема 2. Авторское право и интеллектуальная собственность Тема 3. Правовое регулирование отношений в сфере рекламной деятельности Тема 4 Правовые основы регулирования связей с общественностью. Тема 5. Особенности правового регулирования рекламы в Интернете и связей с общественностью |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕХНОЛОГИЙ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Методы оценки эффективности технологий рекламы и связей с общественностью» является получение знаний и навыков применения методов и техник оценки эффективности в практике рекламы и связей с общественностью. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 8 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК-4 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетные единицы, 108 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1 Оценочные исследования в PR. Основные принципы и параметры оценки эффективности PR Тема 2 Основные принципы и параметры оценки эффективности в рекламе Тема 3 Теоретические модели оценки эффективности Тема 4 Методы оценки эффективности Тема 5 Тестирование рекламы Тема 6 Оценка эффективности интернет-коммуникаций |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | РАЗРАБОТКА И ТЕХНОЛОГИИ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМНОГО ПРОДУКТА В АВИАБИЗНЕСЕ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Разработка и технологии производства рекламного продукта в авиабизнесе» являются: сформировать у студентов знания о необходимости и актуальности всего спектра проблем, составляющих объект рекламной деятельности; умения анализа технологий и методов создания рекламного продукта в целом и его наиболее важных элементов, а также навыков производства текстов и иллюстраций рекламного продукта. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 8 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-1; ПК-1 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачётных единицы, 108 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Понятие рекламного продукта. Разработка рекламного сообщения Тема 2. Составляющие рекламного сообщения Тема 3. Классификация рекламных услуг Тема 4. Виды рекламы в печатных СМИ Тема 5. Бриф как основа создания рекламного продукта Тема 6. Визуальная составляющая рекламного продукта Тема 7. Технология создания оригинал-макета |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | АНАЛИТИКА ДИСКУРСА АВИАБИЗНЕСА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Аналитика дискурса авиабизнеса» являются: формирование у студентов знания о рекламном и PR-дискурсе как специфическом типе институционального дискурса, реализующегося в разнообразных высказываниях (текстах), формирующих дискурсивную формацию корпорации и направленной на создание благоприятного имиджа корпорации в глазах сотрудника корпорации, потребителя продукта корпорации и контрагента корпорации. Дисциплина нацелена также на демонстрацию возможностей дискурсивного и текстового анализа работы информационно-коммуникационных структур авиабизнеса. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 8 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Обязательная часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-1; ОПК-2; ОПК-4; ОПК-6; ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачётных единицы, 108 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1 Понятие дискурса Тема 2 Рекламный дискурс Тема 3 Особенности рекламного текста и языка рекламы Тема 4 Фигуративное и ономастическое пространство рекламы. Тема 5 Теоретические и методологические основания исследования дискурса Тема 6 Порядок дискурса как условие формирования рекламного и PR дискурса Тема 7 Дискурсивная тональность рекламного и PR дискурса. Тема 8 Роль позиционирования в формировании рекламного и PR дискурса. Тема 9 Язык в формате медиа. Тема 10 Дискурсивный анализ материалов массовой коммуникации. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ АВИАБИЗНЕСА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Ресурсное обеспечение авиабизнеса» являются овладение слушателями современными теоретическими и эмпирическими подходами к исследованию СМИ, исследования медиаполя компаний, брендов, продуктов, ведомств, НКО и персоналий, оценка или корректировка стратегии продвижения и коммуникационной политики организации, оценка имиджевых угроз. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 3,4,5,6 ,7 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 1. Дисциплины . Базовая часть |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-1; УК-5; УК-8; УК-9; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК-1; ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 19 зачетных единиц, 684 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>3 семестр</p> <p>Тема 1. Менеджмент как сфера деятельности.</p> <p>Тема 2. История управленческой мысли.</p> <p>Тема 3. Организация как объект и субъект менеджмента.</p> <p>Тема 4. Организационная культура: понятие, виды и аспекты управления.</p> <p>Тема 5. Групповая динамика. Конфликты в организации. Лидерство.</p> <p>Тема 6. Мотивирование сотрудников организации.</p> <p>4 семестр</p> <p>Тема 1. Основы функционирования перевозчиков(авиакомпаний)</p> <p>Тема 2. Обслуживание пассажиров на борту воздушного судна</p> <p>Тема 3. Основы функционирования аэропортовых предприятий</p> <p>Тема 4. Генеральные планы аэропортов различных классов</p> <p>Тема 5. Виды аэропортовой деятельности и наземная авиационная техника</p> <p>Тема 6. Перевозочные и аэропортовые характеристики воздушных судов</p> <p>Тема 7. Аэродромы. Классификация, основные элементы аэродрома</p> <p>Тема 8. Маркировка аэродромов и высотных препятствий</p> <p>Тема 9. Содержание летных полей аэродромов</p> <p>5 семестр</p> <p>Тема 1. Системный анализ в управлении и прикладных исследованиях на транспорте.</p> |

| | |
|---|--|
| | <p>Тема 2. Классификация моделей и видов моделирования, основные методы математического описания.</p> <p>Тема 3. Компьютерные средства моделирования и аналитических преобразований.</p> <p>Тема 4. Виды и референтные модели бизнес-процессов на воздушном транспорте.</p> <p>Тема 5. Коммуникационные системы в бизнес-процессах воздушного транспорта.</p> <p>Тема 6.Формализация и алгоритмизация процессов информационных систем маркетинга, коммуникационных систем на воздушном транспорте.</p> <p>Тема 7. Планирование компьютерных экспериментов, обработка и анализ результатов моделирования.</p> <p>Оценивание систем.</p> <p>Тема 8. Модель в контуре управления коммуникационными системами.</p> <p>6 семестр</p> <p>Тема 1 Необходимость МИ, виды МИ, основные направления исследований</p> <p>Тема 2 Этические принципы проведения МИ</p> <p>Тема 3 Программа маркетингового исследования разработка плана и технического задания исследования.</p> <p>Тема 4 Разработка анкеты</p> <p>Тема 5 Формирование выборки</p> <p>Тема 6 Обработка и анализ собранной информации, подготовка отчета по результатам исследования</p> <p>Тема 7 Сравнение основных процедур количественного и качественного исследований</p> <p>Тема 8 Глубинное интервью</p> <p>Тема 9 Включенное наблюдение</p> <p>Тема 10 Фокус-группы</p> <p>Тема 11 Ситуационный анализ</p> <p>7 семестр</p> <p>Тема 1. Основные задачи и возможности медиаанализа</p> <p>Тема 2 Медиаизмерения и оценка PR-кампаний</p> <p>Тема 3 Этапы и результаты медиааналитического исследования</p> <p>Тема 4 Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикаций</p> <p>Тема 5 Метрики, служащие анализу СМИ</p> <p>Тема 6 Интегральные метрики оценки СМИ</p> <p>Тема 7 Система KPI PR-специалиста: СМИ, SocialMedia</p> <p>Тема 8 Система KPI PR-специалиста: SocialMedia</p> |
| <p>Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> | <p>Зачет (3,6 семестр) ,Зачет с оценкой (4,5,7 семестр)</p> |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Теория и практика связей с общественностью» являются: формирование у студентов теоретических знаний, связанных с планированием и реализацией, управлением интегрированными PR-коммуникациями в коммерческих и некоммерческих организациях, освоение комплекса основополагающих компетенций специалиста по рекламе и связям с общественностью в отрасли, конкурентоспособного на рынке труда, эффективно осуществляющего взаимодействие в профессиональной среде, обладающего социальной мобильностью и пользующегося устойчивым спросом в среде работодателей – руководителей предприятий транспорта, а также приобретение умений и практических навыков по освоению различных PR-технологий, применению коммуникационных форм и методов с учетом сфер деятельности предприятия (организации, специалиста). |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 2,3 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ПК-1; ПК-2; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 6 зачетных единицы, 216 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>2 семестр</p> <p>Тема 1 Концептуальное представление о связях с общественностью</p> <p>Тема 2 Коммуникативное пространство как сфера PR-деятельности</p> <p>Тема 3 Объединения PR-профессионалов в России и за рубежом</p> <p>Тема 4 PR-технологии: общая характеристика</p> <p>Тема 5 Медиарелейшнз в системе PR-технологий</p> <p>Тема 6 Особенности взаимодействия PR-структур со СМИ</p> <p>Тема 7 Специальные мероприятия в системе PR-технологий</p> <p>Тема 8 Корпоративные специальные мероприятия</p> <p>Тема 9 Деловые специальные мероприятия</p> <p>3 семестр</p> <p>Тема 1. Корпоративный PR как сфера профессиональной деятельности</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>Тема 2. Формирование и развитие корпоративной культуры в организации</p> <p>Тема 3. Методы исследования корпоративных коммуникаций</p> <p>Тема 4. Социальное партнерство как концепция развития корпоративных коммуникаций</p> <p>Тема 5. Корпоративная пресса как компонент корпоративной культуры</p> <p>Тема 6 Корпоративные тренинги</p> <p>Тема 7. Оценка эффективности корпоративных коммуникаций</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен (2,3 семестр), Курсовая работа (3 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ КАМПАНИЙ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Организация и проведение коммуникационных кампаний» является формирование у студентов представлений о процессе подготовки и реализации коммуникационных программ. |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 5,6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ПК-1 |
| Трудоемкость дисциплины | 6 зачетных единиц, 216 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1. Особенности разработки коммуникационных кампаний для коммерческих структур, государственных организаций и общественно-политических объединений</p> <p>Тема 2. Информационно-аналитический этап организации коммуникационных кампаний</p> <p>Тема 3. Этап планирования коммуникационных кампаний</p> <p>Тема 4. Практическая реализация коммуникационных кампаний</p> <p>Тема 5. Оценка эффективности коммуникационных кампаний</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен (6 семестр), Зачет с оценкой (5 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Проблемы развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью» является формирование системы теоретических знаний о формировании и развитии отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью, приобретение практических умений и навыков принятия экономических решений в условиях взаимодействия различных рыночных субъектов и структур. |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 8 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ПК-4; ПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Отраслевой рынок как организующий механизм производственной деятельности и спроса. Тема 2. Отраслевой рынок рекламы и связей с общественностью: сущностные особенности и основные понятия. Тема 3. Этапы исторического развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью. Тема 4. Структура рынка рекламы и связей с общественностью. Тема 5. Основные компоненты рынка рекламы и связей с общественностью. Тема 6. Базисные субъекты PR-деятельности. Тема 7. Технологические субъекты PR-деятельности. Тема 8. Базисные субъекты рекламной деятельности. Тема 9. Технологические субъекты рекламной деятельности. Тема 10. Тенденции развития отраслевого рынка рекламы и связей с общественностью. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | РИТОРИКА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Риторика» является: формирование у бакалавров в области рекламы и связей с общественностью теоретических знаний и практических навыков анализа и управления коммуникативными потоками различной структуры в модели оратор – аудитория. |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 4 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-4; ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Предмет риторики. Место и роль риторики в структуре общества. Тема 2. Содержание речи. Подготовка речи. Тема 3. Композиция речи. Составление конспекта речи. Тема 4. Аргументация позиции. Полемика и дискуссия. Тема 5. Словесное оформление речи. Учение о тропах. Тема 6. Образ оратора. Типы аудиторий. Техника речи. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ПИСЬМЕННАЯ КОММУНИКАЦИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Письменная коммуникация» является: Формирование у студентов знаний о правилах и особенностях письменной речи как вида деловой коммуникации; умений применять технологии литературного редактирования и копирайтинга в пиар-деятельности; навыков создания текстов рекламы и связей с общественностью. |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 4 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-4; ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Письменная коммуникация в системе деловых коммуникаций Тема 2. Виды деловых документов Тема 3. Организационно-распорядительная документация Тема 4. Информационно-справочная документация Тема 5. Рекламные и пиар-тексты Тема 6. Коммерческие и некоммерческие деловые письма Тема 7. Особенности электронной письменной коммуникации Тема 8. Личные деловые бумаги |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Экзамен |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | КОНФЛИКТОЛОГИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Конфликтология» является формирование у студентов знаний основных теорий социального конфликта, умений анализировать конфликтные ситуации, навыков применения методов предупреждения и разрешения конфликтов. |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 5 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-2; УК-3; УК-4; ПК-1 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Основные понятия и предмет исследования конфликтологии Тема 2. Проблема типологии конфликта Тема 3. Человеческий фактор и поведение в конфликте Тема 4. Проблема коммуникаций в конфликтных ситуациях Тема 5. Управление конфликтом Тема 6. Переговоры как метод урегулирования конфликта Тема 7. Информационное противоборство в конфликте |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ ДЕЛОВЫХ ПЕРЕГОВОРОВ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Стратегии и тактики деловых переговоров» является формирование у студентов способности участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, навыков применения принципов и методов делового общения для обеспечения внутренней и внешней коммуникации. Задачами освоения дисциплины являются: |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 5 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-2; УК-3; УК-4; ПК-1 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. PR – коммуникации как взаимодействие деловых партнеров. Деловое общение как элемент эффективных связей с общественностью Тема 2. Практическая логика делового общения Тема 3. Риторический инструментарий деловой речи Тема 4. Невербальные средства делового общения Тема 5. Современный деловой этикет Тема 6. Переговоры как универсальный способ делового общения. Определение тактики и стратегии Тема 7. Анализ проведения деловых переговоров |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСТАВОЧНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АВИАБИЗНЕСЕ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Организация выставочной деятельности в авиабизнесе» формирование у студентов знаний о понятиях и направлениях выставочной деятельности, умений планировать организацию и проведение выставочных мероприятий, навыков использования рекламных и пиар-технологий в организации выставочной деятельности |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часа. |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Концептуальное представление о выставочной деятельности Тема 2. Рынок выставочного бизнеса Тема 3. Планирование выставочной деятельности организатора. Тема 4. Планирование выставочной деятельности экспонента Тема 5. Факторы и условия эффективности выставочной деятельности Тема 6. Пиар-мероприятия в организации выставочной деятельности Тема 7. Рекламные мероприятия в организации выставочной деятельности Тема 8. Методы оценки эффективности выставочной деятельности |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | РАЗРАБОТКА, ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ МАССОВЫХ И ИМИДЖЕВЫХ КАМПАНИЙ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | очная |
| Цели освоения дисциплины | Целями освоения дисциплины «Разработка, организация и проведение массовых и имиджевых кампаний» являются: изучение методов и способов профессиональной деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью, получение основных практических навыков, связанных с разработкой, организацией и проведением массовых и имиджевых кампаний. |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Часть, формируемая участниками образовательных отношений |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ПК-2 |
| Трудоемкость дисциплины | 3 зачетных единицы, 108 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. PR-кампания: планирование и организация. Тема 2. Виды и функции массовых мероприятий. Тема 3. Организация и проведение специальных PR-мероприятий. Тема 4. Основные технологии построения имиджа и проведения имиджевых кампаний. Тема 5. Массовые и имиджевые кампании в политическом PR. Тема 6. Организация и проведение кампаний в сфере коммерческой рекламы. Тема 7. Организация и проведение кампаний в сфере социальной рекламы. |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | АДАПТИВНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Адаптивная физическая культура» является физическое воспитание обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности |
| Семестр, в котором изучается дисциплина | 1, 2, 3, 4,5,6 семестр |
| Наименование цикла, к которому относится дисциплина | Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | 390 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Общеразвивающие физические упражнения Тема 2. Оздоровительные фитнес-технологии Тема 3. Индивидуальная программа оздоровления |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ОБЩЕФИЗИЧЕСКАЯ И СПЕЦИАЛЬНАЯ ФИЗИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Общефизическая и специальная физическая подготовка» является физическая подготовка обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1, 2, 3, 4,5,6 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | 390 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Развитие физических качеств Тема 2. Формирование и совершенствование прикладных двигательных способностей Тема 3. Основы организации и проведения самостоятельных занятий, самоконтроль в процессе занятий физическими упражнениями |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | СПОРТИВНАЯ ПОДГОТОВКА |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Спортивная подготовка» является спортивно-техническая подготовка обучающихся для поддержания должного уровня физической подготовленности по обеспечению полноценной социальной и профессиональной деятельности |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 1, 2, 3, 4,5,6 семестрах |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Дисциплина относится к Элективным дисциплинам по физической культуре и спорту |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-7 |
| Трудоемкость дисциплины | 390 академических часов |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема 1. Ускоренное передвижение и легкая атлетика Тема 2. Спортивные и подвижные игры Тема 3. Прикладная гимнастика |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ИСТОРИЯ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Цели освоения дисциплины «История гражданской авиации»: формирование у студентов компетенций, направленных на получение фундаментальных знаний об основных этапах истории отечественной гражданской авиации и ключевых направлениях развития отрасли на каждом из обозначенных этапов. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 2 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | ФТД. Факультативы. |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-5; ОПК-3 |
| Трудоемкость дисциплины | 2 зачетных единиц, 72 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1. Зарождение отечественного воздушного флота (период до 1917 г.)</p> <p>Тема 2. Создание гражданской авиации как отрасли народного хозяйства страны (1917 – 1929 гг.)</p> <p>Тема 3. Развитие гражданской авиации в 1930-е гг. и предвоенный период (1930 – 1941 гг.)</p> <p>Тема 4. Гражданский воздушный флот в период Великой Отечественной войны (1941 – 1945 гг.)</p> <p>Тема 5. Развитие гражданской авиации в послевоенный период (1945 – 1960-е гг.)</p> <p>Тема 6. Гражданская авиация СССР в 1970 – 1980-е гг.</p> <p>Тема 7. Развитие гражданской авиации Российской Федерации в 90-е гг. XX в. – начале XXI в.</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|--|
| Наименование дисциплины | ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ИНСТИТУТАМИ И ТЕХНОЛОГИИ ЛОББИРОВАНИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | Целью освоения дисциплины «Взаимодействие с государственными институтами и технологии лоббирования» является приобретение теоретических знаний и практических навыков формирования стратегий взаимодействия с государственными институтами и технологий лоббирования. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 5 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | ФТД. Факультативы. |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | ОПК-4; ОПК-5 |
| Трудоемкость дисциплины | 2 зачетные единицы, 72 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | Тема1. Взаимодействие с органами государственной власти как сфера профессиональной деятельности Тема 2. Governmentrelations и лоббирование: основные понятия Тема 3. Планирование GR- деятельности Тема 4. Модели и технологии Governmentrelations Тема 5. GR-стратегия организации Тема 6. Технологии лоббирования Тема 7 Информационно-аналитическое направление GR-деятельности |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|--|---|
| Наименование дисциплины | ОРГАНИЗАЦИЯ ДОБРОВОЛЬЧЕСКОЙ (ВОЛОНТЕРСКОЙ) ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННЫМИ НЕКОММЕРЧЕСКИМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цели освоения дисциплины | <p>Целями освоения дисциплины «Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными некоммерческими организациями» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> – овладение обучающимися универсальными компетенциями, позволяющими реализовать траекторию саморазвития на протяжении всей жизни, путем участия в двобровольческой деятельности в рамках формирования и реализации своей гражданской позиции; – содействие патриотическому и духовно-нравственному воспитанию обучающихся. |
| Семестр (курс), в (на) котором изучается дисциплина | 5 семестра |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | ФТД. Факультативы. |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины | УК-2; УК-3; УК-4; УК-6 |
| Трудоемкость дисциплины | 2 зачетные единицы, 72 академических часа |
| Содержание дисциплины. Основные разделы (темы) | <p>Тема 1. Волонтерство как практика гражданского общества Тема 2. Волонтерство как ресурс личностного роста Тема 3. Многообразие форм добровольческой (волонтерской) деятельности Тема 4. Основы организационной работы с волонтерами Тема 5. Взаимодействие с социально ориентированными НКО инициативными группами, органами власти и иными организациями.</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины | Зачет, Курсовая работа |

Приложение 2

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|---|--|
| Наименование практики | УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА) |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цель (цели) практики | Целью «Учебной (профессионально-ознакомительной) практики» является получение первичных профессиональных умений и навыков для решения задач профессиональной деятельности маркетингового, авторского, организационного и проектного типов, обучение профессиональным приемам, операциям и способам, необходимым для последующего формирования универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций. |
| Место в структуре образовательной программы | Обязательная часть Блок 2.Практика 2 семестр |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики | УК-1; УК-5; УК-6; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-3 |
| Трудоемкость практики | 6 зачетных единиц, 216 академических часов |
| Содержание практики. Основные разделы | <p>Этап 1. Подготовительный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - прохождение инструктажа по технике безопасности в организации; - прохождение инструктажа на рабочем месте <p>Этап 2. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> – изучение особенностей работы структурного подразделения организации; – изучение нормативно –правовых документов, регулирующих деятельность подразделения или организации; – составление опросного листа для формирования информационного портрета организации (внутренние и внешние коммуникации); – Ознакомление с видами и формами информационно-коммуникационной деятельности организации или подразделения <p>Этап 3. Экспериментальный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - сбор эмпирического материала для выполнения отчёта по учебной практике; - проведение социологического опроса <p>Этап 4. Производственный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение структуры различных отделов рекламы и отделов связей с общественностью, организации их работы; |

| | |
|---|--|
| Наименование практики | УЧЕБНАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА) |
| | <p>- изучение видов деятельности отделов рекламы и отделов связей с общественностью;</p> <p>- предоставление результатов опроса об информационном портрете организации руководству организации.</p> <p>Этап 5. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <p>- сбор и обработка статистического материала по деятельности организации</p> <p>Этап 6. Этап подготовки отчёта по учебной практике.</p> <p>- написание информационно –аналитического отчета о проведенной практике.</p> |
| Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики | Зачет с оценкой |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|---|---|
| Наименование практики | ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА) |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цель (цели) практики | Целью производственной практики является получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе». |
| Место в структуре образовательной программы | Обязательная часть Блок 2.Практика 4,6 семестр |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики | УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-8; УК9;ОПК-1;ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-3 |
| Трудоемкость практики | 12 зачетных единиц, 432 академических часов |
| Содержание практики. Основные разделы | 4 семестр Этап 1. Подготовительный этап - прохождение инструктажа по технике безопасности в организации; - прохождение инструктажа на рабочем месте Этап 2. Исследовательский этап - изучение структуры и организации работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.) Этап 3. Производственный этап - углубленное знакомство с профессией; - овладение навыками проведения прикладной научно-исследовательской работы по специальности; - выполнение заданий, направленных на формирование системных представлений о деятельности PR-специалистов и PR-подразделений в организациях; - овладение необходимыми знаниями и навыками для выполнения функций пресс-секретаря, менеджера коммуникационной структуры в государственных, общественных и коммерческих организациях; - выполнение заданий, направленных на анализ конкретных PR-задач, способов их решения и оценку ожидаемых результатов; приобретение опыта в анализе информационной среды, в работе со СМИ и отдельными журналистами, навыков в подготовке, написании и рассылке пресс-релизов и других |

| Наименование практики | ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА) |
|-----------------------|---|
| | <p>жанровых разновидностей PR-текстов;</p> <ul style="list-style-type: none"> – приобретение навыков планирования рекламных и/или PR-кампаний; – участие или организация работы по реализации рекламных и/или PR-мероприятий; – освоение навыков работы с техническими, теле- и радиоэлектронными средствами массовой информации, фото-, видео- и компьютерной техникой <p>Этап 4. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <ul style="list-style-type: none"> - сбор и обработка статистического материала по деятельности организации, проведение маркетингового исследования, социологического опроса <p>Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике</p> <ul style="list-style-type: none"> - обработка и систематизация фактического материала; - подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практики. <p>6 семестр</p> <p>Этап 1. Подготовительный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - прохождение инструктажа по технике безопасности на предприятии; - прохождение инструктажа на рабочем месте. <p>Этап 2. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение структуры и организации работы организации; - изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.) <p>Этап 3. Производственный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - создание и обработка адресной базы, - мониторинг публикаций на заданную тему, - подготовка коммерческих предложений, - написание сценария и плана проведения коммуникационных кампаний и других мероприятий, - расчет эффективности коммуникационных мероприятий, - составление медиаплана, подготовка информационного пакета (пресс-кита), - работы по созданию рекламного продукта (исследование рынка, создание рекламных текстов, креативные решения) <p>Этап 4. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <ul style="list-style-type: none"> - Использование методов и технологий проведения маркетинговых, социологических |

| | |
|---|---|
| Наименование практики | ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ТВОРЧЕСКАЯ ПРАКТИКА) |
| | <p>исследований при сборе и обработке статистического материала по деятельности организации</p> <p>Этап 5. Этап подготовки отчёта по производственной практике</p> <ul style="list-style-type: none"> - обработка и систематизация фактического материала; - подготовка отчёта, аналитической справки, обзора по данному типу производственной практики |
| Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики | Зачет с оценкой (4,6 семестр) |

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

| | |
|---|--|
| Наименование практики | ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цель (цели) практики | <p>Целями производственной (преддипломной) практики по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» являются:</p> <ul style="list-style-type: none"> - получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности; - сбор материала для написания выпускной квалификационной работы. |
| Место в структуре образовательной программы | <p style="text-align: center;">Обязательная часть Блок 2.Практика 8 семестр</p> |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики | <p>УК-1; УК-3; УК-5; УК-8;УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-2; ПК-4; ПК-3</p> |
| Трудоемкость практики | 9 зачетных единиц, 324 академических часов |
| Содержание практики. Основные разделы | <p>Этап 1. Исследовательский этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - изучение структуры и работы организации, изучение документов (штатного расписания, должностных инструкций и т.д.) <p>Этап 2. Производственный этап</p> <ul style="list-style-type: none"> - наблюдение за технологическим процессом разработки, создания и продвижения рекламного продукта в организации; - выполнение под контролем руководителя профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью; - Применение навыков работы в отделах рекламы и связей с общественностью с учетом технологий производства рекламной продукции; - Использование методов планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, сегментирования и проведения рекламных и других мероприятий в сфере рекламы и связей с общественностью - Использование информационно-коммуникационных технологий с учетом основных требований информационной безопасности; - Использование навыков организации, планирования, подготовки к выпуску, производству и распространению рекламной |

| | |
|---|--|
| Наименование практики | ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ (ПРЕДДИПЛОМНАЯ) |
| | <p>продукции включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы в рамках традиционных и современных средств рекламы;</p> <ul style="list-style-type: none"> - освоение характера и видов деятельности специалиста в службе рекламы (компания, фирмы); - освоение отдельных видов профессиональной деятельности в соответствии с особенностями организациями, занимающегося рекламой и связями с общественностью; - участие в организационных процессах предприятия при создании рекламных продуктов и услуг выявление проблемных зон в работе структурного подразделения; - разработка предложений по преодолению выявленных проблем рекламной деятельности и связей с общественностью на предприятии. <p>Этап 3. Этап обработки и анализа полученной информации</p> <ul style="list-style-type: none"> - анализ и обработка статистического материала по рекламной деятельности и связям с общественностью предприятия; - сбор и анализ материала, подготовка обзоров, аналитических справок для проведения маркетинговых и социологических исследований, для составления базового пакета документов к ВКР - подготовка отчёта по преддипломной практике |
| Форма промежуточной аттестации по итогам прохождения практики | Зачет с оценкой |

Приложение 3

АННОТАЦИЯ ПРОГРАММЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ИТОГОВОЙ АТТЕСТАЦИИ

| | |
|--|---|
| Наименование | ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИТОГОВАЯ АТТЕСТАЦИЯ |
| Направление подготовки | 42.03.01 Реклама и связи с общественностью |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цель (цели) государственной итоговой аттестации | Целью государственной итоговой аттестации является определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы, соответствующим требованиям федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю подготовки «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе». |
| Формы государственной итоговой аттестации | Государственная итоговая аттестация обучающихся проводится в форме: 1) государственного экзамена; 2) защиты выпускной квалификационной работы |
| Место в структуре образовательной программы | 8 семестр |
| Наименование части (блока) ОПОП ВО, к которой относится дисциплина | Блок 3. Государственная итоговая аттестация |
| Компетенции обучающегося, формируемые в результате государственной итоговой аттестации | УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-5; УК-6; УК-7; УК-8; УК-9; УК-10; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК-1; ПК-2; ПК-4; ПК-3 |
| Общая трудоемкость государственной итоговой аттестации | 9 зачетных единиц, 324 академических часа |

Приложение 4


АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ВОСПИТАНИЯ

| Наименование | РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ВОСПИТАНИЯ |
|---|---|
| Направление подготовки | 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» |
| Направленность программы (профиль) | Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе |
| Квалификация выпускника | Бакалавр |
| Форма обучения | Очная |
| Цель (цели) воспитательной работы | Создание условий, содействующих гражданскому самоопределению, развитию социальной, профессиональной и культурной компетентности обучающихся, развитию личности, способной с самостоятельному жизненному выбору, уважающей права и свободы других людей, способной осуществлять конструктивное социальное взаимодействие. |
| Содержание программы воспитания | <ol style="list-style-type: none">1 Общие положения.2 Содержание и условия реализации воспитательной работы.3 Управление системой воспитательной работы в Университете, мониторинг качества воспитательной работы и условий реализации содержания воспитательной деятельности. |
| Оценка достижений результатов воспитательной деятельности | Прохождение форм аттестаций, дисциплин, реализующих направления воспитательной работы посредством УК, ОПК, ПК. Анкетирование. Портфолио. Работы обучающегося, предусмотренные учебными планами: курсовые работы (проекты). Достижения в учебной деятельности. Достижения в научно-исследовательской деятельности. Достижения в культурно-творческой деятельности. Достижения в спортивной деятельности. Достижения в общественной деятельности. |


Основная профессиональная образовательная программа по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», профилю «Реклама и связи с общественностью в авиабизнесе» составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью», утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 512 от 08 июня 2017 г.

Разработчики:

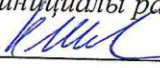
к.ф.н., доцент

 Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

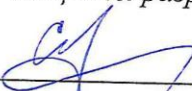
к.ф.н., доцент

 Ягубова С.Я.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

д.ф.н., доцент


 Шевцов К.П.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)

к.ф.н., доцент

 Сидорова Е.И.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы разработчика)


Руководитель ОПОП ВО:

к.ф.н., доцент

 Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы заведующего кафедрой)

Рецензент:

к.и.н., генеральный директор
брендингового агентства DDC.group

 Калининчук С.В.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы руководителя ОПОП)


Программа рассмотрена и одобрена на заседании Учебно-методического совета Университета « 20 » 10 2021 года, протокол № 2.

Программа одобрена решением Ученого совета Университета « 21 » 10 2021 года, протокол № 2.

С программой ознакомлен:


Проректор по учебной работе

к.п.н., доцент

 Хаертдинов И.М.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы проректора по учебной работе)

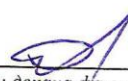
Проректор по учебно-методической работе – директор АУЦ

к.т.н.

 Лобарь С.Г.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы проректора по учебно-методической работе – директора АУЦ)


Декан ГФ :

к.ф.н., доцент

 Майор М.Н.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы декана факультета)

Начальник учебно-методического управления:

к.э.н.

 Воронцова А.М.
(ученая степень, ученое звание, фамилия и инициалы начальника учебно-методического управления)