

**АННОТАЦИИ  
К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С  
ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ, НАПРАВЛЕННОСТЬ (ПРОФИЛЬ)  
«РЕКЛАМА И PR-КОММУНИКАЦИИ В БИЗНЕС-СТРУКТУРАХ»**

**АННОТАЦИЯ  
к рабочей программе учебной дисциплины  
«История России»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «История России» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Всеобщая история»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Всеобщая история» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Философия»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в

соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Философия» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-8 – способность создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Иностранный язык»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Иностранный язык» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 16 зачетных единиц, что соответствует 576 часам. Промежуточная аттестация – зачёт, зачёт с оценкой, экзамен.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-4 – способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ** **к рабочей программе учебной дисциплины** **«Правоведение»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Правоведение» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ** **к рабочей программе учебной дисциплины** **«Социальная психология»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Социальная психология» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Основы информационной культуры и информатика»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с

общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы информационной культуры и информатика» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-4 – способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Информационные технологии в рекламе и в сфере связей с общественностью»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Информационные технологии в рекламе и в сфере связей с общественностью» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-4 – способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Тайм-менеджмент»**

## **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Тайм-менеджмент» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.



**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-6 – способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Экономика»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Экономика» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и

мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и общепрофессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Основы теории коммуникации»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы теории коммуникации» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 5 зачетных единиц, что соответствует 180 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-2 – способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-4 – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Социология массовых коммуникаций»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-2 – способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-4 – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Психология массовых коммуникаций»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-2 – способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-4 – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Теория и практика рекламы»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Теория и практика рекламы» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 – способность 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-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-4 – способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью;

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Бизнес-коммуникации»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Бизнес-коммуникации» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-3 – способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта;

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Правовое регулирование сферы коммуникаций»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Правовое регулирование сферы коммуникаций» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-1 – способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК-2 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ПК(о)-2 – способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Управление человеческими ресурсами»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ПК(о)-3 – способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.



**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Общая и профессиональная риторика в рекламной и публичных отношениях**  
**деятельности»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Общая и профессиональная риторика в рекламной и публичных отношениях» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-4, которая формирует способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК-1, которая формирует способность 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.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и общепрофессиональные в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных -

интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Методы принятия управленческих решений»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Методы принятия управленческих решений» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-1 – способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач

УК-2 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-4 – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ПК(о)-3 – способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных -

интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Инновационные технологии: фандрейзинг, спонсоринг, краудфандинг**  
**и эндаумент»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Инновационные технологии: фандрейзинг, спонсоринг, краудфандинг и эндаумент» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК(о)-3 – способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Управление коммуникациями»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Управление коммуникациями» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ОПК-7 – способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности;

ПК(о)-2 – способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Теория и практика связей с общественностью»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 6 зачетных единиц, что соответствует 216 часам, включая курсовую работу. Промежуточная аттестация – зачёт, экзамен.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 – способность 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-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-4 – способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью;

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Медиаанализ и медиапланирование»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Медиаанализ и медиапланирование» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Организация и проведение кампаний в рекламе и в сфере связей с общественностью»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Организация и проведение кампаний в рекламе и в сфере связей с общественностью» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий;

ПК(о)-2 – способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «История рекламы»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «История рекламы» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.



**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Технологии бизнес-презентаций»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Технологии бизнес-презентаций» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-4 – способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-4 – способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью;

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Корпоративные коммуникации»**

#### **3. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **4. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Корпоративные коммуникации» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-3 – способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов;

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Поведение потребителей»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Поведение потребителей» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-4 – способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности;

ОПК-6 – способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

ПК(о)-4 – способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью;

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**

## **к рабочей программе учебной дисциплины «Основы самообразования»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы самообразования» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-1 – способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

УК-6 – способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Физическая культура и спорт»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Физическая культура и спорт» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-7 – способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Основы менеджмента»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы менеджмента» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-2 – способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах;

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Русский язык и культура речи»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Русский язык и культура речи» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 5 зачетных единиц, что соответствует 180 часам. Промежуточная аттестация – зачёт, зачёт с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-4 – способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ПК(о)-3 – способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Основы маркетинга»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы маркетинга» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;

ПК(о)-3 – способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.



**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Противодействие коррупции в органах законодательной и**  
**исполнительной власти»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Противодействие коррупции в органах законодательной и исполнительной власти» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация –зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-2 – способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений;

ОПК-7 – способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные и общепрофессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Теория искусства»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Теория искусства» является дисциплиной по выбору обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 6 зачетные единицы, что соответствует 216 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

ОПК-3 – способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и общепрофессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«История искусства»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «История искусства» является дисциплиной по выбору обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 6 зачетные единицы, что соответствует 216 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

ОПК-3 – способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и общепрофессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Элективные дисциплины (модули) по физической культуре и спорту»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с

общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Элективные дисциплины (модули) по физической культуре и спорту» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость 328 часов. Промежуточная аттестация—зачёт.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-7 – способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Рекламно-коммуникационный практикум»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Рекламно-коммуникационный практикум» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетных единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация–зачёт, зачёт с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-3, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Организационное поведение»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Организационное поведение» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация–зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Организационные основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Организационные основы деятельности отделов рекламы и связей с общественностью» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Паблик рилейшнз и реклама в коммерческих организациях»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Паблик рилейшнз и реклама в коммерческих организациях» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 5 зачетных единиц, что соответствует 180 часам. Промежуточная аттестация – зачёт, экзамен.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных -

интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Медиа-коммуникации в арт-бизнесе»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Медиа-коммуникации в арт-бизнесе» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачет.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:** Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**



## **«Бизнес-планирование в сфере рекламной и публичной деятельности»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНО ВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Бизнес-планирование в сфере рекламной и публичной деятельности» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:** Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Основы разработки и технологии производства рекламного продукта»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы разработки и технологии производства рекламного продукта» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам, включая курсовую работу. Промежуточная аттестация–экзамен.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:** Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Оценка эффективности рекламной и публичной деятельности»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом

высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Оценка эффективности рекламной и публичной релейшнз деятельности» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация–зачёт с оценкой.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Управление проектами»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Управление проектами» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация–зачёт с оценкой.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-1 – способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач;

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Продвижение рекламного продукта в сети Интернет»**

#### **1.Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2.Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Продвижение рекламного продукта в сети Интернет» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация–зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:** Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Бренд-менеджмент»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Бренд-менеджмент» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация–экзамен.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ** **к рабочей программе учебной дисциплины** **«Основы имиджологии»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы имиджологии» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Компьютерный дизайн»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Компьютерный дизайн» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачет.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Основы дизайна и инфографики»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки

42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Основы дизайна и инфографики» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация–зачёт.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Международно-культурное проектирование»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**



Дисциплина «Международно-культурное проектирование» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация–зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Социокультурное проектирование»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Социокультурное проектирование» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация–зачёт.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Выставочное дело»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Выставочное дело» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачет.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных -

интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Галерейное дело»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Галерейное дело» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачет.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Деловой иностранный язык»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Деловой иностранный язык» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация–зачёт с оценкой.

### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-4 – способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе учебной дисциплины  
«Иностранный язык в сфере рекламы и связей с общественностью»**

### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Иностранный язык в сфере рекламы и связей с общественностью» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 4 зачетные единицы, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-4 – способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Диджитал проектирование»**

## **3. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль)

«Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **4. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Диджитал проектирование» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация—зачёт.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам;

ПК(р)-3 – способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Реклама и связи с общественностью в компьютерных сетях»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

## **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Реклама и связи с общественностью в компьютерных сетях» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетные единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация–зачёт.

## **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций;

ПК(р)-2 – способность вести документацию по проектам и работам.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Практикум эффективного общения»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Практикум эффективного общения» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация–зачёт с оценкой.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;

ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

### **АННОТАЦИЯ**

#### **к рабочей программе учебной дисциплины «Деловой этикет»**

##### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

##### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Деловой этикет» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

##### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 – способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах;



ПК(р)-1 – способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины**

### **«Предпринимательство»**

#### **1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

#### **2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Предпринимательство» является факультативной дисциплиной учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачёт.

#### **4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-5 – способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.;

ПК(о)-1 – способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.

**АННОТАЦИЯ**  
**к рабочей программе учебной дисциплины**  
**«Психология труда»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

Предназначена для обучающихся по очной, очно-заочной, заочной формам обучения.

**2. Место дисциплины в структуре ОПОП:**

Дисциплина «Психология труда» является факультативной дисциплиной учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетные единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачет.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 – способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде;

УК-6 – способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни;

ОПК-7 – способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

**5. Изучение дисциплины позволит** обучающимся реализовывать универсальные и общепрофессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных технологий, так и современных - интерактивных. Виды используемых инновационных форм: дискуссии, доклады, тесты, решение ситуационных задач, обсуждения в группах.