

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
«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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Философия» является дисциплиной базовой 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:

ОК-1, которая формирует способность использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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»

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «История» является дисциплиной базовой 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:

ОК-2, которая формирует способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Экономика» является дисциплиной базовой 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:

ОК-3, которая формирует способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Правоведение» является дисциплиной базовой 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:

ОК-4, которая формирует способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Русский язык и культура речи» является дисциплиной базовой 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:

ОК-5, которая формирует способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного межкультурного взаимодействия;

ОПК-3, которая формирует способность к обладанию базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтингом.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Иностранный язык» является дисциплиной базовой 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:

ОК-5, которая формирует способность к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач межличностного межкультурного взаимодействия.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Тайм-менеджмент» является дисциплиной базовой 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:

ОК-7, которая формирует способность к самоорганизации и самообразованию.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы самообразования» является дисциплиной базовой 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:

ОК-7, которая формирует способность к самоорганизации и самообразованию.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Социальная психология» является дисциплиной базовой 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:

ОК-6, которая формирует способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Физическая культура и спорт» является дисциплиной базовой 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:

ОК-8, которая формирует способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной базовой 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:

ОК-9, которая формирует способность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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** **«Введение в связи с общественностью и рекламу»**

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Введение в связи с общественностью и рекламу» является дисциплиной базовой 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-1, которая формирует способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы теории коммуникации» является дисциплиной базовой 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:

ОПК-4, которая формирует умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7, которая характеризуется способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» является дисциплиной базовой 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-4, которая формирует умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая формирует умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

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 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Психология массовых коммуникаций» является дисциплиной базовой 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-4, которая формирует умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая формирует умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

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 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Теория и практика рекламы» является дисциплиной базовой 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, которая формирует способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-2, которая способствует овладению знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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 базовой 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, которая формирует способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-2, которая способствует овладению знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

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

«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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы менеджмента» является дисциплиной базовой 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-1, которая формирует способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ПК-1, которая характеризуется способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности 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

«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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы маркетинга» является дисциплиной базовой 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-1, которая формирует способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ПК-1, которая характеризуется способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности 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
«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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» является дисциплиной базовой 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-4, которая формирует способность планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-1, которая характеризуется способностью принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-2, которая формирует способность овладеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

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** **«Стилистика и литературное редактирование»**

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» является дисциплиной базовой 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-3, которая формирует способность к обладанию базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтингом.

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** **«Копирайтинг»**

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Копирайтинг» является дисциплиной базовой 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-3, которая формирует способность к обладанию базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтингом;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации.

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 «Общая и профессиональная риторика в 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Общая и профессиональная риторика в рекламной и публичной деятельности» является дисциплиной базовой 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:

ОК-5, которая формирует способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного межкультурного взаимодействия.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы информационной культуры и информатика» является дисциплиной базовой 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, которая формирует способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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 базовой 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, которая формирует способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.

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 «Административно-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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Административно-правовое регулирование сферы коммуникаций» является дисциплиной базовой 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:

ОК-4, которая формирует способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ПК-4, которая формирует навыки подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт).

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Медиаанализ и медиапланирование» является дисциплиной базовой 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-4, которая формирует способность планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая характеризуется умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7, которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Управление человеческими ресурсами» является дисциплиной базовой 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:

ОК-6, которая формирует способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ПК-3, которая формирует владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Методы принятия управленческих решений» является дисциплиной базовой 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-4, которая характеризуется умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая формирует умение проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-2, которая формирует способность владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3, которая формирует способность владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

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
«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 № 997 от 11.08.2016.

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 базовой 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-4, которая формирует способность планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая характеризуется умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7, которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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
«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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Бизнес-коммуникации» является дисциплиной базовой 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-2, которая формирует способность владеть знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7, которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные, 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 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Управление проектами» является дисциплиной базовой 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-4, которая формирует способность планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая характеризуется умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации;

ПК-7, которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Поведение потребителей» является дисциплиной базовой 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-1, которая формирует способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ОПК-2, которая дает знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Управление коммуникациями» является дисциплиной базовой 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-4, которая формирует способность планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7, которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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

«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 № 997 от 11.08.2016.

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 базовой 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-4, которая формирует способность планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая характеризуется умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-2, которая формирует владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-4, которая характеризуется владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владеть методами их реализации;

ПК-7, которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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 базовой 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:

ОК-4, которая формирует способность использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ОК-7, которая формирует способность к самоорганизации и самообразованию.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Технологии бизнес-презентаций» является дисциплиной базовой 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:

ОК-5, которая формирует способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного межкультурного взаимодействия;

ОК-6, которая формирует способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «История искусства» является дисциплиной по выбору базовой 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:

ОК-2, которая формирует способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

ОК-7, которая формирует способность к самоорганизации и самообразованию.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Теория искусства» является дисциплиной по выбору базовой 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:

ОК-2, которая формирует способность анализировать основные этапы и закономерности исторического развития общества для формирования гражданской позиции;

ОК-7, которая формирует способность к самоорганизации и самообразованию.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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 базовой 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: ОК-8, которая формирует способность использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Рекламно-коммуникационный практикум» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 4 зачетных единиц, что соответствует 144 часам. Промежуточная аттестация—зачёт, зачет с оценкой.

4. Требования к результатам освоения дисциплины:

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-4, которая формирует навыки подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7 которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Организационное поведение» является дисциплиной вариативной части 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:

ПК-2, которая формирует способность владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3, которая формирует способность владеть навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами.

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 № 997 от 11.08.2016.

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 вариативной 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, которая дает знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-2, которая формирует способность владеть навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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 вариативной части учебного плана ОПОП.

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:

ОПК-1, которая формирует способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью,

проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7 которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Медиа-коммуникации в арт-бизнесе» является дисциплиной вариативной части 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:

ОПК-1, которая формирует способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7 которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «Основы разработки и технологии 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы разработки и технологии рекламного продукта» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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:

ОПК-1, которая формирует способность осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации.

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 «Оценка эффективности рекламной и публичной рилейшнз 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Оценка эффективности рекламной и публичной рилейшнз деятельности» является дисциплиной вариативной 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:

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности и связей с общественностью.

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 паблик рилейшнз 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Бизнес-планирование в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности» является дисциплиной вариативной 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:

ПК-4, которая формирует способность владеть навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт);

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации.

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Бренд-менеджмент» является дисциплиной по выбору вариативной 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-2, которая дает знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности 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** **«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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы имиджологии» является дисциплиной по выбору вариативной 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-2, которая дает знания и навыки работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью;

ПК-1, которая формирует способность принимать участие в управлении и организации работы рекламных служб и служб по связям с общественностью, осуществлять оперативное планирование и оперативный контроль рекламной работы, деятельности по связям с общественностью, проводить мероприятия по повышению имиджа фирмы, продвижению товаров и услуг на рынок, оценивать эффективность рекламной деятельности 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
«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 № 997 от 11.08.2016.

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 вариативной части учебного плана ОПОП.

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-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации.

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Компьютерный дизайн» является дисциплиной по выбору вариативной 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:

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации.

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Международно-культурное проектирование» является дисциплиной по выбору вариативной 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-4, которая формирует умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая характеризуется умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7 которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Социокультурное проектирование» является дисциплиной по выбору вариативной 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-4, которая формирует умение планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ОПК-5, которая характеризуется умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации;

ПК-7 которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний 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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Выставочное дело» является дисциплиной по выбору вариативной 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:

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-7 которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Галерейное дело» является дисциплиной по выбору вариативной 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:

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-7 которая формирует способность принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий.

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 «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 № 997 от 11.08.2016.

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 вариативной 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:

ОК-5, которая формирует способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного межкультурного взаимодействия;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Деловой иностранный язык» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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:

ОК-5, которая формирует способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного межкультурного взаимодействия;

ПК-6, которая характеризуется способностью участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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

«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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Практикум эффективного общения» является дисциплиной по выбору вариативной 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:

ПК-2, которая формирует владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3, которая формирует владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации.

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 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Деловой этикет» является дисциплиной по выбору вариативной 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:

ПК-2, которая формирует владение навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы;

ПК-3, которая формирует владение навыками организационно-управленческой работы с малыми коллективами;

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации.

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
«Диджитал 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Диджитал проектирование» является дисциплиной по выбору вариативной 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:

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

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 № 997 от 11.08.2016.

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 вариативной 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:

ПК-5, которая формирует способность реализовывать проекты и владение методами их реализации;

ПК-6, которая формирует способность участвовать в создании эффективной коммуникационной инфраструктуры организации, обеспечении внутренней и внешней коммуникации.

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 работы с электронными образовательными 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы работы с электронными образовательными ресурсами» является факультативной дисциплиной вариативной 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:

ОК-7, которая формирует способность к самоорганизации и самообразованию.

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать общекультурные 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 № 997 от 11.08.2016.

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

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Психология труда» является факультативной дисциплиной вариативной 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:

ПК-2, которая формирует способность к владению навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы.

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.