

АВТНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

**АННОТАЦИИ  
К РАБОЧИМ ПРОГРАММАМ УЧЕБНЫХ ДИСЦИПЛИН  
ПО НАПРАВЛЕНИЮ ПОДГОТОВКИ 42.03.01 РЕКЛАМА И  
СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ НАПРАВЛЕННОСТЬ  
(ПРОФИЛЬ) РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ В  
БИЗНЕСЕ**

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

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

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-1 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «История» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-2 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «История коррупции и борьбы с ней»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «История коррупции и борьбы с ней» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-2 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Микроэкономика»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Микроэкономика» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Макроэкономика»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Макроэкономика» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-4 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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: 4 зачетных 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 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОПК-3 - обладанием базовыми навыками создания текстов рекламы и связей с общественностью, владением навыками литературного редактирования, копирайтинга

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

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

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 20 зачетных единицы, что соответствует 720 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой/зачет с оценкой/зачет с оценкой/экзамен.

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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 зачетных единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачет.

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-8 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

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

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-9 - готовностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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: 2 зачетных единицы, что соответствует 72 часам. Промежуточная аттестация – зачет.

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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: 5 зачетных единицы, что соответствует 180 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

ОПК-2 - владением 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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: 5 зачетных единицы, что соответствует 180 часам, включая курсовую работу. Промежуточная аттестация – экзамен.

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

ОПК-2 - владением 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Разработка и технология производства рекламного продукта»

### 1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Разработка и технология производства рекламного продукта» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

ПК-6 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Информатика» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Компьютерные технологии»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Компьютерные технологии» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Статистика»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Статистика» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-1 - 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-4 - владением навыками 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Маркетинг»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Маркетинг» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

ПК-1 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Теория организации»

### **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Теория организации» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-3 - владением 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

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

ПК-7 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Корпоративные финансы»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Корпоративные финансы» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Корпоративная социальная ответственность»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ПК-7 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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 зачетных единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-6 - способностью работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия

ПК-3 - владением 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

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

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетных 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 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ПК-1 - 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-4 - владением навыками подготовки проектной документации (технико-экономическое обоснование, техническое задание, бизнес-план, креативный бриф, соглашение, договор, контракт)

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

### **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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 зачетных единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – экзамен.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-4 - умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

ОПК-5 - умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-3 - владением 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Рекламный 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Рекламный менеджмент» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-1 - способностью осуществлять под контролем профессиональные функции в области рекламы и связей с общественностью в различных структурах

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

ПК-7 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Инновационные технологии: фандрейзинг, 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-6 - способностью решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности

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

ПК-7 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

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

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 3 зачетных 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 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ПК-7 - способностью принимать участие в планировании, подготовке и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

### **АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе учебной дисциплины «Организация и проведение кампаний 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-5 - умением проводить под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

ПК-7 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Основы предпринимательства»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы предпринимательства» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-4 - владением навыками 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Теория искусства» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Кросс-культурные 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Кросс-культурные коммуникации» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ПК-6 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Культурология»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Культурология» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 5 зачетных единицы, что соответствует 180 часам, включая курсовую работу. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой/экзамен.

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-1 - способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

ОК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Право интеллектуальной собственности»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Право интеллектуальной собственности» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-4 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Социология»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Социология» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Математика»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:



Дисциплина «Математика» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Организационное поведение» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-4 - умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия

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

ПК-7 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также

консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОПК-2 - владением знаниями и навыками работы в отделах рекламы и отделах связей с общественностью

ПК-1 - 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-7 - 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Политология»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Политология» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-1 - способностью использовать основы философских знаний для формирования мировоззренческой позиции

ОК-2 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Основы самообразования и самоорганизации»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Основы самообразования и самоорганизации» является дисциплиной базовой части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-7 - способностью к самоорганизации и самообразованию

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также

консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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 – зачет.

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-8 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Социодинамика культуры»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Социодинамика культуры» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

ПК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «История управленческой мысли»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «История управленческой мысли» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 2 зачетных 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 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-3 - владением 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Инновационный 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Инновационный менеджмент» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

ПК-7 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

к рабочей программе учебной дисциплины «Бизнес-планирование»

### **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Бизнес-планирование» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Анализ рекламной 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Анализ рекламной деятельности» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-1 - 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 общекультурные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Менеджмент организации»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Менеджмент организации» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Этика делового 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Этика делового общения» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-7 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Управление затратами»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Управление затратами» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Финансы и кредит»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Финансы и кредит» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Бренд-менеджмент» является дисциплиной вариативной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-7 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме 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 зачетных единицы, что соответствует 108 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Интернет-технологии в дизайне»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Интернет-технологии в дизайне» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «История экономики»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «История экономики» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-1 - 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 профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «История экономических учений»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «История экономических учений» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-1 - 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 профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Демография»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Демография» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

ПК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Регионалистика»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

### 2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Регионалистика» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

### 4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК-5 - способностью реализовывать проекты и владением методами их реализации

ПК-6 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточное и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Конфликтология»

### 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Конфликтология» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК-7 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Психология управления»

**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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Психология управления» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК-7 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Экономика организации (предприятия)»

### **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Экономика организации (предприятия)» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Экономика рекламного дела»

### **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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



Дисциплина «Экономика рекламного дела» является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-3 - способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

ПК-2 - владением навыками по организации и оперативному планированию своей деятельности и деятельности фирмы

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## АННОТАЦИЯ

к рабочей программе учебной дисциплины «Стратегический 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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Стратегический менеджмент» является дисциплиной ФТД «Факультативы» вариативной части учебного плана ОПОП.

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

**4. Требования к результатам** освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ОК-5 - способностью к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия

ПК-4 - владением навыками 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговое тестирования, а также

консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **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 связи с общественностью в бизнесе, 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 № 997 от 11.08.2016.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

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

Дисциплина «Поведение потребителей» является дисциплиной ФТД «Факультативы» вариативной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК-7 - способностью 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 современных компьютерных технологий.

Виды используемых инновационных форм: онлайн-вебинары при проведении всех видов занятий, электронные промежуточные и итоговые тестирования, а также консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.