

АВТОНОМНАЯ 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)
ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕКЛАМНОЙ ПРОДУКЦИИ И
ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 России»

1. Общая характеристика:

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

рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «Всеобщая история»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Философия» является дисциплиной обязательной 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:

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «Противодействие коррупции в органах законодательной и исполнительной власти»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «Экономическая теория»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Экономическая теория» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 8 зачетных единицы, что соответствует 288 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой/экзамен.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

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

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Правоведение» является дисциплиной обязательной 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:

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 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:

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

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Иностранный язык» является дисциплиной обязательной 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:

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы самообразования и самоорганизации» является дисциплиной обязательной 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:

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» является дисциплиной обязательной 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:

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Введение в связи с общественностью и рекламу» является дисциплиной обязательной 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:

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 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 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в

соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

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 «Основы информационной культуры и информатика»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 2 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 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

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 «Основы маркетинга»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ

МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы маркетинга» является дисциплиной обязательной 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:

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

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Статистика» является дисциплиной обязательной 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:

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

ПК(о)-1 - Способен контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «История управленческой мысли» является дисциплиной обязательной 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 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

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

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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «История экономических учений» является дисциплиной обязательной 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-2 - Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах

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

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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

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

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Рекламный менеджмент» является дисциплиной обязательной 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:

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

ОПК-1 - Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Управление коммуникациями» является дисциплиной обязательной 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-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Культурология» является дисциплиной обязательной 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-3 - Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

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 «Социология массовых коммуникаций»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Социология массовых коммуникаций» является дисциплиной обязательной 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:

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

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

ОПК-4 - Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 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 «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) Организация продвижения

рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Экономика организации (предприятия)» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(о)-1 - Способен контролировать и оценивать эффективность результатов продвижения продукции СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Кросс-культурные коммуникации» является дисциплиной обязательной 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:

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

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «Организация маркетинговых исследований»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Организация маркетинговых исследований» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

ПК(р)-4 - Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «Деловые 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) Организация продвижения

рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «Инновационные технологии: фандрейзинг, спонсоринг, краудфандинг и эндаумент»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 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:

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

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы менеджмента» является дисциплиной обязательной 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:

ОПК-6 - Способен использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 - Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

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 «Основы бизнеса»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Основы бизнеса» является дисциплиной обязательной 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:

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

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 328 часов. Промежуточная аттестация – зачет.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

УК-7 - Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Анализ рекламной деятельности» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(р)-3 - Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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-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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Бизнес-планирование» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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:

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

ПК(р)-2 - Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Социодинамика культуры» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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:

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

ПК(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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(р)-2 - Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ

ПК(р)-3 - Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования

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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Разработка и технология производства рекламного продукта» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

ПК(р)-3 - Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования

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 проектами»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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:

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

ПК(р)-2 - Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Корпоративная социальная ответственность» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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:

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПК(р)-3 - Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(р)-3 - Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «Экономика средств массовой информации»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Экономика средств массовой информации» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

ПК(р)-4 - Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «Договорное право»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Договорное право» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

ПК(р)-2 - Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ

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 «Маркетинг в рекламе и средствах массовой информации»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Маркетинг в рекламе и средствах массовой информации» является дисциплиной части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

ПК(р)-4 - Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(р)-4 - Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Интернет-технологии в дизайне» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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:

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

ПК(р)-4 - Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «Практикум по культуре письма»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 6 зачетных единицы, что соответствует 216 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(р)-4 - Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «Стилистика и литературное редактирование»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Стилистика и литературное редактирование» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

3. Объем дисциплины составляет общую трудоемкость: 6 зачетных единицы, что соответствует 216 часам. Промежуточная аттестация – зачет с оценкой.

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

ПК(р)-4 - Способен провести маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

ПК(р)-3 - Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования

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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

ПК(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

ПК(р)-3 - Способен осуществлять подготовку к проведению маркетингового исследования

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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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:

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПК(р)-2 - Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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:

УК-3 - Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПК(р)-2 - Способен разработать маркетинговые стратегии для продукции СМИ

5. **Изучение дисциплины** позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «Профессиональная этика средств массовой информации»

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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Профессиональная этика средств массовой информации» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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:

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

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

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:

УК-5 - Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах

ПК(р)-1 - Способен организовать маркетинговые исследования в области СМИ

5. Изучение дисциплины позволит обучающимся реализовывать универсальные 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 «Предпринимательство»

1. Общая характеристика:

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Предпринимательство» является дисциплиной ФТД. «Факультативные дисциплины» части учебного плана ОПОП.

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

4. Требования к результатам освоения дисциплины

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций:

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

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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) Организация продвижения рекламной продукции и продукции средств массовой информации, 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 № 512 от 08.06.2017.

Предназначена для обучающихся по заочной форме обучения.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Право интеллектуальной собственности» является дисциплиной ФТД. «Факультативные дисциплины» 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:

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

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

6. Образовательные технологии: Контактная работа проводится с использованием 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.