

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

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий,

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-8, которая формирует способность создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с

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

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

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

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

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 15 зачетных единиц, что соответствует 540 часам. Промежуточная аттестация – зачёт, зачёт с оценкой, экзамен.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-4, которая формирует способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-3 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, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-6 которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-6, которая формирует способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в



учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-9, которая формирует способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; ОПК-5 которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в

учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-3 которая формирует способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ОПК-2, которая формирует способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; ОПК-4, которая формирует способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ПК-1, которая формирует способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных

компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-1, которая формирует способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных

информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

Дисциплина «Договорное право» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-1, которая формирует способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; УК-2, которая формирует способность

определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ПК-3, которая формирует способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-3, которая формирует способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-4, которая формирует способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); ОПК-1, которая формирует способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-1, которая формирует способность осуществлять поиск,



критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-3, которая формирует способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ОПК-4, которая формирует способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-3, которая формирует способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ПК-1, которая формирует способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; ПК-3, которая формирует способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

**1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-1, которая формирует способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-6, которая формирует способность использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

## **«Медиаанализ и медиапланирование»**

### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

Дисциплина «Медиа-анализ и медиапланирование» является дисциплиной обязательной части учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ПК-1, которая формирует способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

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

**1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ПК-1, которая формирует способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; ПК-3, которая формирует способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате

лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

### **«История рекламы»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 6 зачетных единиц, что соответствует 216 часам. Промежуточная аттестация—экзамен.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-4, которая формирует способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в



учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-4, которая формирует способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных

компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

### **«Основы самообразования»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-1, которая формирует способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; УК-6, которая формирует способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач,

обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-7, которая формирует способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-2, которая формирует способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-4, которая формирует способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-10, которая формирует способность формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

**к рабочей программе учебной дисциплины  
«Основы военной подготовки»**

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

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

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

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

**3. Объем дисциплины** составляет общую трудоемкость: 1 зачетную единицу, что соответствует 36 часам. Промежуточная аттестация –зачёт.

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-8, которая формирует способность создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Основы российской государственности»**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать культурное разнообразие общества в социально – историческом, этическом и философском контекстах.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

## **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; ОПК-3, которая формирует способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; ОПК-3, которая формирует способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-7, которая формирует способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, которая формирует способность использовать результаты

исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Бизнес-планирование в сфере рекламной и паблик рилейшнз деятельности»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:** Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5,

которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

**4. Требования к результатам освоения дисциплины:** Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5,



которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

### **«Оценка эффективности рекламной и публичных релейшнз 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-1, которая формирует способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате

лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

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

### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий,

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

## **«Основы дизайна и инфографики»**

### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с



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

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

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

Дисциплина «Кросс-культурные коммуникации» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Информационные системы 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Стратегический маркетинг»**

**1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

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

**1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Реклама и связи с общественностью в компьютерных сетях»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

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

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной практики «Профессионально-ознакомительная практика»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

Учебная практика «Профессионально-ознакомительная практика» относится к Блоку 2 обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем практики** составляет общую трудоемкость: 6 зачетных единиц, что соответствует 216 часам. Промежуточная аттестация—зачёт с оценкой.

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

Процесс прохождения практики направлен на формирование компетенций: ОПК-1, которая формирует способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-2, которая формирует способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; ОПК-3, которая формирует способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-4, которая формирует способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.



## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе производственной практики «Профессионально-творческая практика»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

Производственная практика «Профессионально-творческая практика» относится к Блоку 2 обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем практики** составляет общую трудоемкость: 30 зачетных единиц, что соответствует 1080 часам. Промежуточная аттестация–зачёт с оценкой.

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

Процесс прохождения практики направлен на формирование компетенций: ОПК-1, которая формирует способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-2, которая формирует способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; ОПК-3, которая формирует способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-4, которая формирует способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной

ответственности; ПК-1, которая формирует способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-3, которая формирует способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе производственной практики «Преддипломная практика»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

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

Производственная практика «Преддипломная практика» относится к Блоку 2 обязательной части учебного плана ОПОП.

**3. Объем практики** составляет общую трудоемкость: 18 зачетных единиц, что соответствует 648 часам. Промежуточная аттестация—зачёт с оценкой.

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

Процесс прохождения практики направлен на формирование компетенций: ОПК-1, которая формирует способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-2, которая формирует способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; ОПК-3, которая формирует способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-4, которая формирует способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; ПК-1, которая формирует способность участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-3, которая формирует способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические

решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе государственной итоговой аттестации «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы»**

#### **1. Общая характеристика:**

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

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

#### **2. Место государственной итоговой аттестации в структуре ОПОП:**

Государственная итоговая аттестация «Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы» относится к Блоку 3 учебного плана ОПОП.

**3. Объем государственной итоговой аттестации** составляет общую трудоемкость: 9 зачетных единиц, что соответствует 324 часам.

#### **4. Требования к результатам освоения государственной итоговой аттестации:**

Государственная итоговая аттестация направлена на формирование компетенций: УК-1, которая формирует способность осуществлять поиск,

критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач; УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-3, которая формирует способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; УК-4, которая формирует способность осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах); УК-5, которая формирует способность воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах; УК-6, которая формирует способность управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни; УК-7, которая формирует способность поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности; УК-8, которая формирует способность создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов; УК-9, которая формирует способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности; УК-10, которая формирует способность формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению; ОПК-1, которая формирует способность создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем; ОПК-2, которая формирует способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; ОПК-3, которая формирует способность использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-4, которая формирует способность отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности; ОПК-5, которая формирует способность учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; ОПК-6, которая формирует способность понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности; ПК-1, которая формирует способность участвовать в

реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий; ПК-2, которая формирует способность использовать современные технические средства и основные технологии цифровых коммуникаций для подготовки текстов рекламы и связей с общественностью; ПК-3, которая формирует способность осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта; ПК-5, которая формирует способность использовать результаты исследований для планирования рекламных и PR-кампаний и реализовывать типовые алгоритмы проектов при создании коммуникационного продукта; ПК-6, которая формирует способность применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций; ПК-7, которая формирует способность разрабатывать и реализовывать индивидуальные и (или) коллективные проекты в сфере рекламы и связей с общественностью.

**5. Прохождение государственной итоговой аттестации позволит обучающимся реализовывать универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции в профессиональной деятельности.**

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, 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) «Рекламные и маркетинговые коммуникации, PR», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 512 от 8 июня 2017 г.

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

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

Дисциплина «Предпринимательство» относится к блоку факультативных дисциплин учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: ОК-2, которая формирует способность учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах; ПК-4, которая формирует способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

## **АННОТАЦИЯ**

### **к рабочей программе учебной дисциплины «Право интеллектуальной собственности»**

**1. Общая характеристика:**

Рабочая программа учебной дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы АНОВО «МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, направленность (профиль) «Реклама и PR-коммуникации в бизнес-структурах», разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ № 997 от 11.08.2016.

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

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

Дисциплина «Право интеллектуальной собственности» относится к блоку факультативных дисциплин учебного плана ОПОП.

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

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

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций: УК-2, которая формирует способность определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений; УК-3, которая формирует способность осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде; ОПК-7, которая формирует способность учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности.

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

**6. Образовательные технологии:** Контактная работа проводится с использованием, как традиционных образовательных технологий – в формате лекций, практических занятий, так и с применением современных компьютерных технологий. Виды используемых форм работы обучающихся в учебном процессе: дискуссии, доклады, тестирование (электронные промежуточное и/или итоговое тестирование), решение ситуационных задач, обсуждения в группах, а также онлайн-вебинары при проведении занятий, консультирование в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.