Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Теория и философия медиакоммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области современных направлений исследований медиа и коммуникаций, аналитики современной медиакультуры и её продуктов – кино, музыки, компьютерных игр, визуальной и других видов продукции, их природы и эффектов.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Исторический экскурс в становление и развитие медиа

Раздел 2. Теория медиакоммуникаций

Раздел 3. Философия медиакоммуникаций

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Философские проблемы науки и техники

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать компетенции обучающихся в области философских проблем науки и техники для использования их в своей профессиональной деятельности и в оценке жизненных событий.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. История возникновения и развития науки.

Раздел 2. Методология производства научного знания

3. Перечень компетенций

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

История публичных коммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в области истории публичных коммуникаций.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретико-методологические основания дисциплины

Раздел 2. Эволюция публичных коммуникаций (архаика - европейское Средневековье)

Раздел 3. Эволюция публичных коммуникаций (Новое время - современность)

3. Перечень компетенций

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

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Маркетинговый анализ и аудит бизнес-процессов

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать профессиональные компетенции студентов в области маркетинга для ориентации всех функций предприятия на рынок и повышения эффективности производственно-хозяйственной деятельности.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основные концепции управления маркетингом

Раздел 2. Анализ маркетинговой среды предприятия

Раздел 3. Состав и основные понятия комплекса маркетинга. Роль комплекса маркетинга в организации бизнес-процессов

3. Перечень компетенций

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Конфликтология и этика деловых коммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в области конфликтологии

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Методологические основы конфликтологии.

Раздел 2. Конфликт как социальная форма

Раздел 3. Стратегии поведения и технологии разрешения конфликтов

Раздел 4. Стрессы в профессиональной деятельности и технологии эффективной деловой коммуникации

3. Перечень компетенций

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

4. Общая трудоемкость дисциплины
4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Основы научных исследований в профессиональной сфере

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся навыки использования самостоятельно разработанных или адаптированных методологий и методик, связанных с научным исследованием в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организация рабочей среды учёного

Раздел 2. Работа с материалом научного исследования

Раздел 3. Создание интеллектуального продукта в научной сфере

3. Перечень компетенций

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Курсовой проект, Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Иностранный язык в профессиональной деятельности

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать языковые и коммуникативные компетенции обучающихся, достаточные для осуществления ими устных и письменных контактов с иностранными партнерами в ходе их профессиональной деятельности, изучения зарубежного опыта в сфере профессиональных интересов, а также развития когнитивных и исследовательских умений, развития инновационной культуры обмена знаниями.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Установление контактов и деловое общение

Раздел 2. Деловая презентация компании и бизнес-идеи

Раздел 3. Концептуальные основы профессиональной деятельности

Раздел 4. Перспективы развития профессиональной сферы

3. Перечень компетенций

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет, Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Интегрированные маркетинговые коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:

ознакомление студентов с основными понятиями, методами и ролью интегрированных маркетингованных коммуникаций в практической деятельности на внутреннем и внешнем рынках; развитие у студентов рыночного мышления и умения применять полученные в области интегрированных маркетинговых коммуникаций знания в профессиональной деятельности.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Место и роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в современном брендинге

Раздел 2. Комплекс интегрированных маркетинговых коммуникаций

Раздел 3. Проведение интегрированной коммуникационной кампании

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Управление проектами

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающихся в области управления проектами

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТОМ КАК ОТКРЫТАЯ ДИНАМИЧЕСКАЯ СИСТЕМА

Раздел 2. ПОДСИСТЕМЫ И МЕТОДОЛОГИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Раздел 3. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССОВ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ

3. Перечень компетенций

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Планирование карьеры и основы лидерства

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в области планирования карьеры и основ лидерства

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Планирование карьеры

Раздел 2. Лидерство как инструмент достижения цели

Раздел 3. Управление командой

3. Перечень компетенций

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Мировые культуры и межкультурные коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области навыков восприятия межкультурного разнообразия общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах. Выработать способность толерантного восприятия культурных, социальных, национальных, расовых, конфессиональных различий, а также навыки эффективного взаимодействия в условиях разнообразия культур и межкультурного диалога.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теория межкультурных коммуникаций

Раздел 2. Культурное многообразие мира

3. Перечень компетенций

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Академическое письмо

1. Цель изучения дисциплины:

Усвоение обучающимися базовых принципов создания письменных текстов академического характера;

Приобретение практических навыков в области создания письменных текстов академического характера, как учебных, так и исследовательских.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение. Академическое письмо как практическая дисциплина.

Раздел 2. Особенности научного дискурса и специфика работы с научными текстами

Раздел 3. Структура научной работы.

3. Перечень компетенций

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Правовые основы защиты интеллектуальной собственности

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области защиты интеллектуальной собственности, усвоения методологических принципов работы в мировых патентных базах данных.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Правовые,нормативно-технические и организационные основы защиты интеллектуальной собственности

Раздел 2. Защита и оформление прав создаваемой интеллектуальной собственности в РФ и за рубежом

Раздел 3. Патентная и научно-техническая документация

3. Перечень компетенций

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Управление коммуникационным агентством

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ создания и управления коммуникационным агентством.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Коммуникационное агентство на рынке B2B

Раздел 2. Разработка торговой марки коммуникационного агентства

Раздел 3. Продвижение коммуникационного агентства

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Планирование и реализация коммуникационных кампаний

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции связанные с планированием, подготовкой, организацией и реализацией коммуникационных кампаний различного масштаба

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Коммуникационные кампании: теоретические аспекты

Раздел 2. Планирование коммуникационных кампаний

Раздел 3. Организационно-экономические аспекты проведения коммуникационных кампаний.

Раздел 4. Практические подходы к организации коммуникационных кампаний.

Раздел 5. Специфические коммуникационные кампании

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Цифровые технологии в профессиональной сфере

1. Цель изучения дисциплины:

формирование систематизированных теоретических знаний в области применения информационных технологий в профессиональной деятельности и современных методов обработки и анализа данных, получение практических навыков использования программного инструментария в своей профессиональной деятельности

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Цифровые технологии в профессиональной деятельности.

Раздел 2. Современные программные продукты как средство создания организационной документации.

3. Перечень компетенций

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Курсовой проект, Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Редактирование в рекламной и PR-деятельности

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование компетенций обучающихся в сфере прикладных коммуникаций, развить редакторские навыки работы с текстом, необходимые специалисту по связям с общественностью и рекламе.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Принципы редактирования в рекламной и PR-деятельности

Раздел 2. Текст как объект редакторского внимания

Раздел 3. Жанровый подход к редактированию текста корпоративного СМИ

Раздел 4. Рекламный текст как объект редакторского внимания

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

4. Общая трудоемкость дисциплины

4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Инновационный брендинг

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области теоретических и прикладных основ разработки и развития торговых марок (брендов) с использованием нестандартных инновационных инструментов в брендинге.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Торговая марка и инновационные технологии ее продвижения на рынке

Раздел 2. Инновационные технологии бренд-билдинга и бренд-менеджмента

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Управление марочным капиталом

1. Цель изучения дисциплины:

формирование у студентов компетенций в области марочного капитала, базовых знаний, способствующих выработке стратегических и тактических решений, направленных на рост стоимости портфеля брендов компании.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Современные теории марочного капитала

Раздел 2. Концепция управления марочным капиталом

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Основы цифровой экономики

1. Цель изучения дисциплины:
формирование у обучающихся компетенций в области принципов функционирования современной цифровой экономики, предпосылок создания в России благоприятных организационных и нормативно-правовых условий для эффективного развития институтов цифровой экономики при участии государства, национального бизнес сообщества и гражданского общества.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. История цифровой экономики.

Раздел 2. Институциональные основы цифровой экономики.

Раздел 3. Экосистема и структура цифровой экономики. Цифровая трансформация.

3. Перечень компетенций

ПК-3 Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Управление репутационными активами

1. Цель изучения дисциплины:
сформировать компетенции обучающихся в области формирования и управления нематериальными, в т.ч. репутационными активами в деятельности организации.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Современная концепция репутационных активов

Раздел 2. Роль репутационных активов в системе брендинга

Раздел 3. Программы социальной ответственности в системе управления репутацией

3. Перечень компетенций

ПК-4 Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга

4. Общая трудоемкость дисциплины
4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Стратегические бренд-коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:
ознакомление студентов с основными понятиями и методами стратегических бренд-коммуникаций

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Концепция стратегических бренд-коммуникаций

Раздел 2. Характеристика стратегического коммуникационного инструментария

Раздел 3. Оценка эффективности стратегических бренд-коммуникаций

3. Перечень компетенций

ПК-4 Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга

4. Общая трудоемкость дисциплины
4 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Медиатекст в информационном пространстве

1. Цель изучения дисциплины:
Развитие медиаграммотности обучающегося и формирование системы ориентирующих знаний, умений и навыков в осуществлении профессиональной деятельности

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Медиа- и информационное пространство: основные направления исследования

Раздел 2. Современные направления изучения медиатекста

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Методологические основы медиадискурса

1. Цель изучения дисциплины:
Развитие медиаграммотности обучающегося и формирование системы ориентирующих знаний, умений и навыков в осуществлении профессиональной коммуникации

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Современная методология анализа медиатекста

Раздел 2. Методологические основы анализа рекламного и PR-текста

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Проектирование фирменного дизайна

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в области проектирования фирменного дизайна и возможностей применения проектного мышления в профессиональной области.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Графический дизайн как средство визуальной коммуникации

Раздел 2. Проектирование фирменного дизайна.

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Курсовой проект, Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Коммуникационный дизайн

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в области визуальной культуры коммуникаций и возможностей применения дизайн мышления в профессиональной области.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Основы дизайна

Раздел 2. Исследовательский дизайн

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Курсовой проект, Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Брендинг в отраслях и сферах деятельности

1. Цель изучения дисциплины:
формирование у обучающихся компетенций в области технологий брендинга и реализации брендинговых стратегий в различных отраслях и сферах деятельности.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Брендинг территориальных структур.

Раздел 2. Брендинг некоммерческих структур.

Раздел 3. Брендинг коммерческих структур.

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

4. Общая трудоемкость дисциплины
3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации
Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Бренд-консалтинг

1. Цель изучения дисциплины:

сформировать у обучающихся компетенций в области организации и осуществления консультирования в сфере брендинга, необходимых для правильной ориентации в оказании бренд-консалтинговых услуг, подборе консалтинговых организаций и заключении консультационных договоров.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Брендинг как предмет консалтинговой деятельности.

Раздел 2. Бренд-консалтинг в современных экономических условиях.

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающихся в сфере научно-исследовательской и практической работы по избранному направлению профессионально-творческой деятельности.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационный этап прохождения практики

Раздел 2. Оперативный этап прохождения практики

3. Перечень компетенций

ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем

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

ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

ОПК-5 Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

ОПК-7 Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий

УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

УК-6 Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование у обучающихся компетенций в научно-исследовательской и практической деятельности по избранному направлению профессионально-творческой деятельности магистранта.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационная работа

Раздел 2. Научно-исследовательская работа

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

ПК-3 Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

ПК-4 Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга

4. Общая трудоемкость дисциплины

9 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (профессионально-творческая практика, включая проектную деятельность)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающихся в сфере проектной деятельности по избранному направлению профессионально-творческой активности.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационный этап прохождения практики

Раздел 2. Оперативный этап прохождения практики

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

ПК-2 Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

ПК-3 Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

ПК-4 Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга

УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

4. Общая трудоемкость дисциплины

9 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование у обучающихся компетенций в научно-исследовательской работе по избранному направлению профессионально-творческой деятельности магистранта.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационная работа

Раздел 2. Научно-исследовательская работа

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

ПК-2 Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

ПК-3 Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

ПК-4 Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга

4. Общая трудоемкость дисциплины

6 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (преддипломная практика)

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование компетенций обучающихся в сферах исследовательской деятельности в профессиональной сфере, организации и управления коммуникационными процессами и презентации проведенных работ.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационный

Раздел 2. Теоретический

Раздел 3. Исследовательский

Раздел 4. Организационно-оформительный

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен планировать и координировать деятельность подразделения рекламы и связей с общественностью

ПК-2 Способен планировать и контролировать маркетинговую деятельность организации

ПК-3 Способен к разработке, тестированию и внедрению инновационных товаров (услуг), созданию нематериальных активов (брендов) и управлению ими в организации

ПК-4 Способен проводить маркетинговое исследование в сфере бренд-коммуникаций с использованием инструментов комплекса маркетинга

4. Общая трудоемкость дисциплины

6 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет с оценкой

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

История отечественной и зарубежной рекламы и связей с общественностью

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области прагматической рецепции истории рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Становление индустрии рекламы и PR в XIX веке

Раздел 2. Реклама и PR в социокультурном контексте начала XX века

Раздел 3. Развитие рынка рекламы и PR в середине XX века

Раздел 4. Тренды в развитии рекламы и PR в конце XX – начале XXI веков

3. Перечень компетенций

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины

Направление подготовки: (специальность) 42.04.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: (специализация) Бренд-коммуникации

Уровень образования: магистратура

Деловой иностранный язык

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать языковые и коммуникативные компетенции обучающегося, достаточные для осуществления ими устных и письменных деловых контактов с иностранными партнерами в ходе их профессиональной деятельности, а также для изучения зарубежного опыта в профессиональной сфере.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. ОСНОВЫ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ.

Раздел 2. ВИДЫ КОММУНИКАЦИИ ПРИ ДЕЛОВОМ ОБЩЕНИИ

3. Перечень компетенций

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет