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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Теория и философия медиакоммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающихся в сфере философских теорий коммуникации и медиасистем

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Информацонные теории медиакоммуникации

Раздел 2. Социологические теории медиакоммуникации

Раздел 3. Современные теории медиакоммуникации

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Философские проблемы науки и техники

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области понимания параметров науки как одного из существенных элементов системы культуры, специфики научного познания, основных этапов развития науки, ее характера и места в современной культуре, основных философских подходов к феномену техники и множественности ее воздействий в современном культурном контексте.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Философские проблемы науки

Раздел 2. Техника как объект философского анализа.

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

История публичных коммуникаций

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции, связанные с умениями использовать современные методы решения научных задач, применением в исследованиях современных научных концепций и с навыками интерпретации результатов научных исследований.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. История публичных коммуникаций

Раздел 2. Современные формы публичных коммуникаций

Раздел 3. Прикладные теории публичных коммуникаций

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Иностранный язык в профессиональной деятельности

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать профессионально-коммуникативные компетенции в области практического использования иностранного языка в социально-культурном и профессиональном общении в ситуациях развития профессиональных контактов, связанных с презентацией СМИ, проведением пресс-конференций, ведением телефонных разговоров, написанием деловых писем, пресс-релизов, репортажей, подготовкой и участием в деловых встречах, переговорах, предполагающих предварительное редактирование и перевод профессиональных документов.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Особенности обучения на этапе магистратуры

Раздел 2. Проблемы отрасли рекламы и связей с общественностью

Раздел 3. Письменные жанры научно-исследовательской деятельности

Раздел 4. Презентация результатов научно-исследовательской деятельности

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Интегрированные маркетинговые коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать у обучающихся компетенции в сфере разработки стратегий маркетинговых коммуникационных кампаний и отдельных этапов их тактической реализации с учетом тенденций потребительского поведения, конкурентной среды, поставленных маркетинговых задач и выстраиваемой идентичности бренда.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. История возникновения ИМК

Раздел 2. Реклама в системе ИМК

Раздел 3. PR в системе интегрированных коммуникаций

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Управление проектами

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в области управление 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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Планирование карьеры и основы лидерства

1. Цель изучения дисциплины:

формирование знания о теоретических и прикладных аспектах планирования профессиональной карьеры и основ лидерства

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Деловая карьера как социально–экономическая категория

Раздел 2. Лидерство, руководство и аспект власти в планировании карьеры

Раздел 3. Трудовой потенциал сотрудников организации и профессиональное саморазвитие

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

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. Развить навыки эффективного взаимодействия в условиях разнообразия культур и межкультурного диалога как способа отношения к культуре и обществу. Сформировать умение организовывать коммуникационный процесс в ходе повседневного и делового общения с учетом понимания культурного контекста.

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Основы научных исследований в профессиональной сфере

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции в области получения, накопления и применения научных знаний при подготовке к самостоятельной научно-исследовательской и научно-практической деятельности в области рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Реклама и связи с общественностью как предмет прикладных наук

Раздел 2. Практические аспекты научной деятельности в области рекламы и СО

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

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Творческое позиционирование в рекламной коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области управления процессами творческого освоения и реализации коммуникационных программ и мероприятий, руководства проектной деятельностью и разработкой заданий на разработку проектов.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические основы и особенности позиционирования в рекламной коммуникации

Раздел 2. Практические вопросы позиционирования в рекламной коммуникации

Раздел 3. Организация творческого процесса в рекламе.

Раздел 4. Организация консультативно-исследовательских мероприятий по анализу качества творческой составляющей рекламного продукта

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

4. Общая трудоемкость дисциплины

3 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Курсовая работа, 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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Научно-практический семинар

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области генерирования научно-практических идей и концепций, а также в области применения накопленных научно-практических знаний в научном творчестве и профессиональной деятельности

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические подходы к исследованиям в сфере рекламы и СО

Раздел 2. Методика эмпирического исследования в сфере рекламы и СО

Раздел 3. Планирование и организация деятельности в сфере рекламы и СО

Раздел 4. Современные механизмы реализации кампаний в рекламе и СО

Раздел 5. Управление коммуникацией и информационные технологии в рекламе и СО

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

4. Общая трудоемкость дисциплины

6 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет, 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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Организационно-управленческие коммуникации

1. Цель изучения дисциплины:

Формирование у студентов компетенций в области сущности коммуникационного менеджмента, как универсальной деятельности по изучению, проектированию, формированию и развитию коммуникационных систем (организации, проекта, бренда, личности и т.д.), методологии и методике проведения консалтинговых исследований в сфере управления коммуникациями.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Методология коммуникационного менеджмента

Раздел 2. Технологии организационно-управленческих коммуникаций

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Технологии рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области новейших технологий рекламы и связей с общественностью, и их практического применения при проектировании и реализации коммуникационных кампаний.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Перспективные технологии распространения коммуникационного продукта.

Раздел 2. Сетевые технологии в деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью.

Раздел 3. Применение сетевых технологий в рекламе и СО.

Раздел 4. Технологии разработки концепции коммуникационного продукта в сфере коммерческой производственной деятельности.

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

4. Общая трудоемкость дисциплины

6 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен, 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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Управление коммуникационным агентством в медиаиндустрии

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося у обучающегося компетенции, требуемые для успешного выполнения функций по управлению коммуникационным агентством и службой по рекламе и СО организации.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационные принципы построения коммуникативных агентств и служб организаций.

Раздел 2. Организация работы коммуникационного агентства

Раздел 3. Практические аспекты планирования работы коммуникационного агентства

Раздел 4. Оперативное планирование деятельности коммуникационного агентства

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Информационно-технологическое обеспечение рекламы и связей с общественностью

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области использования современных информационных технологий в практической деятельности, использования современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Новые медийные технологии

Раздел 2. Принципы использования технологических достижений в области рекламы и СО

Раздел 3. Компьютерные технологии в исследованиях, планировании и оценке эффективности деятельности в области связей с общественностью

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Планирование и реализация коммуникационных кампаний в медиаиндустрии

1. Цель изучения дисциплины:

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

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Теоретические аспекты организации коммуникационных кампаний.

Раздел 2. Вопросы планирования коммуникационных кампаний

Раздел 3. Организационно-экономические аспекты проведения коммуникационных кампаний.

Раздел 4. Практические подходы к организации коммуникационных кампаний.

Раздел 5. Реализация кампаний по рекламе и СО.

Раздел 6. Проведение нестандартных коммуникационных кампаний

Раздел 7. Организация коммуникационной поддержки спонсорских и благотворительных программ коммерческих организаций

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

4. Общая трудоемкость дисциплины

7 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Экзамен, 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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Ивент-менеджмент

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области разработки, подготовки и реализации коммуникативных событий, умения руководить процессами их организации.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Ивент-менеджмент как профессиональная специализация

Раздел 2. Основные технологии ивент-менеджмента

Раздел 3. Обеспечение специальных мероприятий

Раздел 4. Оценка эффективности в ивент-менеджменте

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

4. Общая трудоемкость дисциплины

5 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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Мультимедийные технологии в медиаиндустрии

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающегося компетенции в области использования современных информационных технологий в практической деятельности и использования современного оборудования и приборов при планировании и осуществлении коммуникационных кампаний и мероприятий.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Технологии создания мультимедийных продуктов

Раздел 2. Технологии представления и демонстрации мультимедийных продуктов

Раздел 3. Мультимедийные технологии в связях с общественностью.

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Методы научно-методологического поиска

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции в области самостоятельной научно-исследовательской и научно-практической деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Принципы решения теоретических и прикладных задач в области рекламы и СО

Раздел 2. Прикладные концепции исследований в области рекламы и СО

Раздел 3. Научное творчество и система подготовки научных кадров

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Методы научно-аналитической работы

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции в аналитической и научно-исследовательской сфере рекламной деятельности

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Научно-аналитическая работа в области рекламы и СО

Раздел 2. Современные информационные технологии в научно-аналитической работе

Раздел 3. Система наукометрии и научно-аналитическая деятельность

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Репутационные технологии в медиаиндустрии

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции, связанные с планированием и разработкой коммуникационных кампаний и мероприятий по управлению общественным мнением.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационно-методологические основы репутационного менеджмента.

Раздел 2. Методы исследования репутации (репутационный аудит).

Раздел 3. Методы управления репутацией

Раздел 4. Технологии управления деловой репутацией компании.

Раздел 5. Антикризисные коммуникации как механизм защиты репутации

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Инновационные технологии в социальных коммуникациях

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать у обучающихся компетенции, связанные с планированием и разработкой коммуникационных кампаний и мероприятий по управлению инновациями в социальных коммуникациях

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Современные подходы к организации социальных коммуникаций

Раздел 2. Цифровые инновации в социальных коммуникациях

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в области профессиональной работы на международном уровне и в кросс-культурном пространстве.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Реклама и связи с общественностью как часть глобальной медиаиндустрии

Раздел 2. Глобальный рынок рекламных и PR-коммуникаций

Раздел 3. Организация международных коммуникационных кампаний

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Брендинг в международном медиапространстве

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции обучающегося в сфере самостоятельной работы на международном уровне и в кросс-культурном пространстве.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Брендинг в условиях глобализации

Раздел 2. Оценка возможности адаптации национального бренда к деятельности на международного рынке.

Раздел 3. Специфика локализации международного бренда

Раздел 4. Технологии продвижения международного бренда на национальном рынке

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Бренд-коммуникации в российской медиаиндустрии

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в сфере проведения федеральный и региональных коммуникационных кампаний с использованием российских СМИ.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Управление бренд-коммуникациями

Раздел 2. Инструменты бренд-коммуникаций

Раздел 3. Бренд-коммуникации и имидж бренда

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Реклама и связи с общественностью в российском медиапространстве

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в сфере проведения федеральных и региональных коммуникационных кампаний с использованием российских СМИ.

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Реклама и связи с общественностью в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций

Раздел 2. Актуальные инструменты рекламы и связей с общественностью

Раздел 3. Анализ информационного поля компании

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (профессионально-творческая практика)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающихся в сферах исследовательских технологий и методов разработки творческих проектов в медиаиндустрии

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Подготовительный этап

Раздел 2. Этап разработки коммуникационных материалов

Раздел 3. Подведение итогов 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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (научно-исследовательская практика)

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающихся в сфере организации и проведения научных исследований в коммуникационной деятельности

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Подготовительная работа

Раздел 2. Ознакомительный этап

Раздел 3. Этап маркетинговых исследований

Раздел 4. Этап изучения потребителей

Раздел 5. Этап анализа коммуникационной стратегии предприятия

Раздел 6. Этап анализа коммуникационных инструментов предприятия

Раздел 7. Этап анализа контент-стратегии предприятия

Раздел 8. Этап научного обобщения результатов практики

Раздел 9. Подведение итогов практики

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

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

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающихся в сфере управления проектами и продвижения коммуникационных продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Подготовительная работа

Раздел 2. Ознакомительный этап

Раздел 3. Этап маркетинговых исследований

Раздел 4. Этап изучения потребителей

Раздел 5. Этап коммуникационных исследований

Раздел 6. Этап разработки концепции проекта

Раздел 7. Этап разработки коммуникационных материалов

Раздел 8. Оформление результатов практики

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (научно-исследовательская работа)

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать у обучающихся компетенции по проведению научных исследований в сфере медиакоммуникаций, рекламы и связей с общественностью

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Подготовительный этап

Раздел 2. Этап научно-теоретического исследования

Раздел 3. Этап маркетинговых исследований

Раздел 4. Этап коммуникационных исследований

Раздел 5. Этап научного обобщения результатов практики

Раздел 6. Подведение итогов практики

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Производственная практика (преддипломная практика)

1. Цель изучения дисциплины:
Сформировать компетенции у обучающихся в сфере продвижения коммуникационных продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Организационный этап

Раздел 2. Теоретический этап

Раздел 3. Изучение коммуникационной среды предприятия

Раздел 4. Разработка и проведение исследований

Раздел 5. Этап практических разработок

Раздел 6. Подведение итогов практики

3. Перечень компетенций

ПК-1 Способен осуществлять продвижение продуктов телерадиовещательных и сетевых СМИ

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Социокультурные аспекты потребления

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области социологии, социальной психологии и культурологии потребления

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Специфика исследования сферы потребления

Раздел 2. Институты и общности в сфере потребления

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

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) Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии

Уровень образования: магистратура

Технологии качественных исследований в коммуникационной деятельности

1. Цель изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области исследовательской деятельности в сфере рекламы

2. Содержание дисциплины

Раздел 1. Специфика качественных исследований

Раздел 2. Анализ качественных данных

3. Перечень компетенций

ПК-2 Способен проводить работы по обработке и анализу научно-технической информации и результатов исследовании? в сфере рекламы и связей с общественностью в медиаиндустрии

4. Общая трудоемкость дисциплины

2 з.е.

5. Форма (ы) промежуточной аттестации

Зачет