

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 01.10.2022 11:27:45
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

Принято
ученым советом
университета протокол № 1
от «28» августа 2019 г.



Утверждаю:

и.о. ректора Л.Н. Скаковская

Л.Н. Скаковская
«29» августа 2019 г.

**Основная образовательная программа
высшего образования**

Направление подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Профиль

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Форма (формы) обучения: очная

Квалификация – БАКАЛАВР

2019 г.

1. Аннотация основной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) -

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере

Основная образовательная программа высшего образования разработана в соответствии с актуализированным федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. №512.

Данная образовательная программа высшего образования представляет собой комплекс основных характеристик образования (объем, содержание, планируемые результаты), организационно-педагогических условий, форм аттестации, необходимых для реализации качественного образовательного процесса по данному направлению подготовки. Образовательная программа разработана с учетом развития науки, культуры, экономики, техники, технологий и социальной сферы, потребностей регионального рынка труда, а также с учетом следующих профессиональных стандартов:

1. **06.009** Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, утвержден Министерством труда и социальной защиты от 04.08.2014 № 535н;
2. **11.009** Режиссер средств массовой информации, утвержден Министерством труда и социальной защиты от 08.09.2014 № 626н

ООП ВО включает в себя учебный план, календарный учебный график, рабочие программы дисциплин, рабочие программы практик, программу государственной итоговой аттестации, оценочные материалы, методические материалы, обеспечивающие реализацию образовательных технологий, а

также другие материалы, обеспечивающие качество подготовки обучающихся.

Область(и) и сфера(ы) профессиональной деятельности выпускников

Области профессиональной деятельности и (или) сферы профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

сфера рекламы и связей с общественностью (в социальной, политической и коммерческой и других областях деятельности), научных исследований.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

Тип(ы) задач профессиональной деятельности

Типы задач профессиональной деятельности:

- авторский,
- проектный,
- маркетинговый,
- организационный.

Миссия (цели) образовательной программы

ООП имеет своей целью формирование высококвалифицированных кадров в сфере рекламы и связей с общественностью, обладающих универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, приобретенными в условиях академической, социальной и профессиональной мобильности; способных управлять коммуникациями как стратегическими ресурсами компании и подтверждающими свой вклад в коммерческий успех творчеством и созидательностью, расширением производства и увеличением стоимости бизнеса, социальной ответственностью и лучшими человеческими отношениями. Работников, занимающих активную гражданскую позицию и направляющих свою профессиональную деятельность на решение социально значимых задач, связанных с формированием и усилением системы социальных коммуникаций между различными социальными субъектами, инициации информационных потоков, основанных на доверии и взаимопонимании, обеспечивающих эффективное экономическое, научное и культурное сотрудничество; формирование общественного мнения государственных и негосударственных институтов и структур.

Профессиональные перспективы выпускников университета связаны с деятельностью: в службах маркетинга, рекламы и связей с общественностью коммерческих структур разных форм собственности; PR, рекламных, консалтинговых и BTL-агентствах; средствах массовой информации, а также департаментах по управлению коммуникациями (пресс-центрах, Центрах общественных связей, общественных приемных, информационно-аналитических службах, отделах социального маркетинга и др.) государственных структур федерального, регионального и местного уровней, органах местного самоуправления, негосударственных и общественных учреждениях и организациях.

Основная образовательная программа составлена с учетом запросов населения региона в получении профессионального образования. Организация учебного процесса в рамках реализуемой ООП осуществляется с максимальным использованием элементов исследований, инновационных технологий.

Важными характеристиками ООП являются оперативное обновление образовательных технологий, внедрение новых цифровых технологий обучения, в том числе за счет создания цифровой образовательной среды, разработки и обновления учебников и учебных пособий (включая электронные) в соответствии с требованиями образовательного стандарта, организации учебного процесса с максимальным использованием элементов научных исследований, инновационных технологий, обеспечение доступа к российским и мировым информационным ресурсам, обеспечение развития электронной библиотеки.

Основу программы составляют навыки применения теоретических и практических аспектов массовых и специальных коммуникаций, информационных технологий при изготовлении рекламной и PR-продукции, управления коммуникации в новых медиа, стратегии, методы и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций, формирования общественного мнения, построения имиджевых коммуникаций, технологий создания и управления медиаконтентом, навыков медиапланирования, управления проектами, проведения маркетинговых исследований.

Образовательная программа разработана в рамках Федерального государственного образовательного стандарта с учетом мировых тенденций подготовки специалистов, дополненная авторскими методиками и новаторским подходом. Основной акцент в обучении студентов сделан на углубленное изучение основополагающих предметов и постоянную практику, творческий характер обучения; практичность, технологичность подготовки; ориентированность на запросы работодателей. К учебному процессу привлекаются ведущие российские и зарубежные специалисты, регулярно проводятся лекции и мастер-классы, повышающие уровень подготовки студентов.

Руководитель ООП – Смелова Марина Валерьевна, канд.филол.наук, доцент.

Нормативный срок освоения ООП – 4 года

Трудоемкость образовательной программы – 240 з.е.

Форма обучения – очная

Язык образования – русский.

II. Характеристика основной образовательной программы

Нормативно-правовую базу разработки образовательной программы составляют:

– Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;

– Порядок организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 05 апреля 2017 г. № 301;

– Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. №512;

– Профессиональные стандарты, размещенные на специализированном сайте Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Профессиональные стандарты» (<http://profstandart.rosmintrud.ru>), соответствующие профессиональной деятельности выпускников, освоивших образовательную программу:

06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты от 04.08.2014 № 535н;

11.009 Режиссер средств массовой информации, утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты от 04.08.2014 № 535н;

– Приказы Минобрнауки России «О значениях базовых нормативов затрат на оказание государственных услуг в сфере образования и науки, молодежной политики, опеки и попечительства несовершеннолетних граждан и значений отраслевых корректирующих коэффициентов к ним» (ежегодно обновляются);

– Устав ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»;

– Нормативные документы по организации учебного процесса в Тверском государственном университете (<http://university.tversu.ru/sveden/document>) .

Концепция ООП

I. Миссия (цели) ООП.

ООП имеет своей целью формирование высококвалифицированных кадров в сфере рекламы и связей с общественностью, обладающих универсальными, общепрофессиональными и профессиональными компетенциями, приобретенными в условиях академической, социальной и профессиональной мобильности; способных управлять коммуникациями как стратегическими ресурсами компании и подтверждающими свой вклад в коммерческий успех творчеством и созидательностью, расширением производства и увеличением стоимости бизнеса, социальной ответственностью и лучшими человеческими отношениями, работников, занимающих активную гражданскую позицию и направляющих свою профессиональную деятельность на решение социально значимых задач, связанных с формированием и усилением системы социальных коммуникаций между различными социальными субъектами, инициации информационных потоков, основанных на доверии и взаимопонимании, обеспечивающих эффективное экономическое, научное и культурное сотрудничество; формирование общественного мнения государственных и негосударственных институтов и структур.

Профессиональные перспективы выпускников университета связаны с деятельностью: в службах маркетинга, рекламы и связей с общественностью коммерческих структур разных форм собственности; PR, рекламных, консалтинговых и BTL-агентствах; средствах массовой информации, а также департаментах по управлению коммуникациями (пресс-центрах, Центрах общественных связей, общественных приемных, информационно-аналитических службах, отделах социального маркетинга и др.) государственных структур федерального, регионального и местного уровней,

органах местного самоуправления, негосударственных и общественных учреждениях и организациях.

Основная образовательная программа составлена с учетом запросов населения региона в получении профессионального образования. Организация учебного процесса в рамках реализуемой ООП осуществляется с максимальным использованием элементов исследований, инновационных технологий.

Важными характеристиками ООП являются оперативное обновление образовательных технологий, внедрение новых цифровых технологий обучения, в том числе за счет создания цифровой образовательной среды, разработки и обновления учебников и учебных пособий (включая электронные) в соответствии с требованиями образовательного стандарта, организации учебного процесса с максимальным использованием элементов научных исследований, инновационных технологий, обеспечение доступа к российским и мировым информационным ресурсам, обеспечение развития электронной библиотеки.

Основу программы составляют навыки применения теоретических и практических аспектов массовых и специальных коммуникаций, информационных технологий при изготовлении рекламной и PR-продукции, управления коммуникации в новых медиа, стратегии, методы и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций, формирования общественного мнения, построения имиджевых коммуникаций, технологий создания и управления медиаконтентом, навыков медиапланирования, управления проектами, проведения маркетинговых исследований.

Образовательная программа разработана в рамках Федерального государственного образовательного стандарта с учетом мировых тенденций подготовки специалистов, дополненная авторскими методиками и новаторским подходом. Основной акцент в обучении студентов сделан на углубленное изучение основополагающих предметов и постоянную практику, творческий характер обучения; практичность, технологичность подготовки; ориентированность на запросы работодателей. К учебному процессу

привлекаются ведущие российские и зарубежные специалисты, регулярно проводятся лекции и мастер-классы, повышающие уровень подготовки студентов.

II. Направленность (профиль) образовательной программы –

Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере.

III. Квалификация, присваиваемая выпускникам ООП - бакалавр.

IV. Срок получения образования по ООП - 4 года.

V. Формы обучения - очная.

VI. Общий объем программы в з.е – 240 з.е.

VII. Объем программы, реализуемый за один учебный год – не более 70 з.е.

VIII. Объем контактной работы по ООП – 3738 ч. / 103,8 з.е. (без учета контактной работы в ЭОС и внеаудиторной контактной работы)

IX. Описание преимуществ и особенностей ОП с точки зрения позиционирования на рынке образовательных услуг.

Специфика позиционирования бренда образовательной организации зависит прежде всего от таких ее особенностей, как многогранность потребителей и осуществление деятельности на двух смежных рынках: **образовательном и рынке труда.** Сложность позиционирования образовательной организации определяется многогранностью ее покупателей, включая работодателей как представителей рынка труда. Поэтому задача образовательной организации заключается в том, чтобы найти ту уникальную позицию, которая, будучи значимой для всех или большей части

потребителей, позволила бы образовательной организации дифференцироваться от конкурентов.

Теоретические аспекты позиционирования образовательной организации направлены на ее целевых потребителей (их сознание, психологическое восприятие). Основное отличие указанных подходов состоит в выборе предмета позиционирования, т.е. того, отличительные характеристики и преимущества чего будут доносить до потребителя. В качестве предмета позиционирования исследователи рассматривают образовательную услугу, образовательный продукт и элементы комплекса маркетинга, а также образовательную программу. На наш взгляд, поскольку именно **образовательная услуга** формирует специфику предложения образовательных организаций, определение ее в качестве предмета позиционирования представляется наиболее точным.

В то же время выбор потребителей может определяться также ценовой политикой образовательного учреждения, квалификацией его персонала, наличием дополнительных услуг и пр.

По данным с рынка труда, специальность «Реклама и связи с общественностью» входит в топ-10 самых востребованных специальностей РФ, находясь на 6 месте, по данным портала «Vuzoteka.ru», что обуславливает привлекательность программы в глазах абитуриентов.

Количество вузов РФ, реализующих образовательную программу «Реклама и связи с общественностью»:

- по данным портала АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России) на 2017-2018 гг.: 162 государственных вуза, 40 негосударственных вузов;

- по данным портала «Учеба.ру» на 2019 г.: 58 вузов, реализующих программу в Москве, 225 – в России;

- по данным портала «Vuzoteka.ru» (2019 г.) всего в России 278 вузов со специальностью 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью».

Если иметь в виду, что государственных и негосударственных вузов в стране на начало 2019 г. насчитывается 965 (без филиалов), то подготовка данного направления ведется примерно в 30 процентах вузов страны. В Москве и Московской области таких вузов насчитывается 58. Среди них МГУ им. Ломоносова, МГИМО(У) МИД РФ, НИУ-ВШЭ, РЭУ им. Плеханова, РАНХ и ГС при Президенте РФ, ГУУ, РУДН, МАМИ, МАИ, Московский государственный лингвистический университет, Международный университет в Москве и др. По количеству вузов с направлением подготовки «Реклама и связи с общественностью» в городах России ситуация следующая. После столицы вторую позицию занимают вузы Санкт-Петербурга. Их общее количество равняется 25. В городах с численностью населения более миллиона жителей или близких к этому, складывается такая картина: Самара – 10 вузов, по 6 вузов насчитывается в Новосибирске, Краснодаре, Омске и Челябинске. По 4 вуза ведет подготовку по рекламе и PR в Воронеже, Екатеринбурге, Ижевске, Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону, Ярославле, Казани, Иркутске, и Калининграде.

Т.е. мы видим, что параметры рынка достаточно насыщены, четких границ рынка нет, государственной поддержки у ТвГУ, как у федеральных университетов, нет; набор специальностей, которые предлагают вузы, унифицирован, так же, как унифицированы потребности абитуриентов и их родителей, количество бюджетных мест в вузах определяется государством.

Следовательно, перспективной представляется возможность позиционирования ТвГУ как претендента на лидерство регионального образовательного рынка, на котором присутствует 13 вузов, среди которых крупнейшие ТвГУ, ТвГТУ, ТГМУ, ТГСХА, последние два обладают четко выраженной специализацией.

Ближайшим конкурентом по части образовательных программ ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет» является ФГБОУ ВО «Тверской государственный технический университет».

Конкурентноспособность определяется в первую очередь по параметрам различных рейтингов. ТвГУ занимает достойные места в разнообразных рейтингах: вошел в число 110 лучших российских вузов по данным Academic Ranking of World Universities - European Standard 2019.

Занимает 176 позицию из 420 (25 из числа 88 классических вузов) в общем рейтинге по результатам мониторинга качества приема в российские вузы Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики».

По данным рейтинга Webometrics Тверской государственный университет находится на **6138** месте среди 25 000 вузов в мировом образовательном пространстве и на 139-ой позиции среди российских вузов. ТГТУ занял в мировом рейтинге **10 569**-ю позицию.

ТвГУ занимает 2-ое место в рейтинге вузов Твери (после ТГМУ) и 176-ое среди всех вузов России. ТвГТУ, соответственно, – 3 место среди вузов Твери, 203-е среди всех вузов России, по данным портала «Vuzoteka.ru» на 2019 г. (основными критериями при составлении рейтинга являются: качество обучения, научная деятельность, международные связи, востребованность работодателями студентов вузов).

ТвГУ является классическим университетом, с сильными традициями фундаментального образования, которое является сильной стороной вуза (РАЕХ опросил свыше 50 000 студентов лучших вузов России, чтобы узнать их мнение о сильных и слабых сторонах российских вузов и понять, чего больше всего не хватает учебным заведениям. Опрос показал, что сильной стороной своих вузов студенты считают фундаментальную составляющую образования и вовлеченность в научные исследования), длительной историей (возраст 149 лет), с количеством студентов - 9 791 ч. Проходной балл ЕГЭ 2019 г. – 80 - 85 (как у топовых вузов РФ).

ТвГТУ - технический университет (возраст 97 лет), количество студентов - 8 965 ч. Средний балл ЕГЭ - 56.

Тверской государственный университет является одним из самых крупных университетов Северо-западного региона России, имеет обширные

связи с университетами Германии, Франции, США, Болгарии, Финляндии, ведет международный обмен студентами и преподавателями, осуществляет обучение иностранных граждан. ТвГУ имеет развитую инфраструктуру, включающую Научно-методический центр по инновационной деятельности высшей школы, Региональный центр информатизации, Центр глобальной сети Интернет, научную библиотеку с общим книжным фондом более миллиона экземпляров (в том числе — уникальный фонд редких книг) и классом доступа к электронной научной периодике мира, ботанический сад, дендрологический питомник, 11 учебных корпусов, 5 общежитий, спортивно-оздоровительный комплекс, бассейн.

Отметим те «уникальные» характеристики, которые в той или иной степени были озвучены на сайте любого упомянутого вуза:

1. Высокий уровень профессионализма и качество профессорско-преподавательского состава (в разных формулировках). Эта характеристика важна, поскольку качество любой предоставляемой услуги во многом зависит от уровня знаний и умений персонала. Данная характеристика используется вузами в двух направлениях: научно-теоретический потенциал профессорско-преподавательского состава и/или акцент на привлечении к образовательному процессу специалистов-практиков.

2. Высокая оснащенность компьютерами и возможность выхода в интернет – характеристика, объединяющая все вузы Твери. Она особенно значима в условиях цифровизации общества. Позволяет вузам повысить уровень предоставляемых ими услуг, расширить свои возможности и быть всегда в курсе событий, а также поддерживать статус «современного» образовательного учреждения.

3. Обширный библиотечный фонд – одна из наиболее часто встречаемых характеристик вузов. В контексте условий, указанных в предыдущем пункте, большинство вузов делают акцент на доступности для студентов электронных библиотек. Следует также отметить, что ТвГУ присвоил данной характеристике статус уникальной, поскольку на сайте указано: крупнейшая

библиотека Тверского региона, обладающая крупнейшей в регионе коллекцией редких и ценных изданий на русском и иностранных языках, начиная с XVI в.

4. Современный аудиторный фонд – характеристика, важная для студентов, отмечаемая многими вузами.

5. Разнообразная и насыщенная студенческая жизнь, которая привлекает абитуриентов, позволяет им развивать свои «непрофильные» способности и сделать процесс обучения в вузе более интересным.

6. Применение современных технологий обучения – еще одна характеристика, призванная привлечь потребителей, как гарант качественного и современного образования.

7. Помощь в трудоустройстве и нахождении мест для прохождения практики. На наш взгляд, это одна из наиболее значимых характеристик вуза для абитуриентов. В настоящее время в условиях серьезной безработицы, а также существующих диспропорций на рынке труда эта характеристика является чрезвычайно актуальной.

8. Сотрудничество вуза с зарубежными вузами и компаниями – одна из перспективных характеристик в условиях интернационализации образования.

9. Высокая востребованность выпускников вуза на рынке труда. В условиях, когда каждый вуз старается представить на рынок труда конкурентоспособного выпускника, эта характеристика является для него обязательной и показательной для абитуриентов.

10. Среди других характеристик, достаточно часто встречающихся на сайтах вузов, можно отметить: существование условий для активной научной работы, наличие собственных современных зданий, разнообразие специальностей, наличие у вуза филиалов и представительств, победы вуза в каких-либо конкурсах, предоставление общежития, медицинское обслуживание.

Перечисленные характеристики, по сути, являются категориальными точками паритета. Именно они, по мнению большинства потребителей,

должны присутствовать в образовательной организации. Очевидно, что их наличие у организации должно доводиться до потребителей, но формирование на их основе уникальной позиции крайне сложно.

По программам «Реклама и связи с общественностью» конкурентные отличия ТвГУ и ТвГТУ более заметны, и могут быть сформулированы.

В ТвГТУ на 2019 г. на данной программе нет мест, финансируемых из средств федерального бюджета.

В ТвГУ – таких мест - 7, также 1 целевое и 1 место для абитуриентов с особыми правами. Это реальное преимущество для абитуриентов.

Количество платных мест на очную форму обучения в обеих вузах одинаковое – 20.

В ТвГТУ есть отделение заочного обучения, где идет набор 50 человек на платную форму обучения. В ТвГУ на данной программе заочного обучения уже нет.

Стоимость платного обучения в ТвГУ выше - 95 690 руб., но не принципиально, чем в ТвГТУ – 81 510 руб.

Другие параметры, которые также важны для студентов при выборе учебного заведения (общежитие, студенческая жизнь (культурная, спортивная и т.п.)) присутствуют у обоих вузов.

В ТвГУ специальность «Реклама» была открыта в 2003 г. на филологическом факультете, первой в г. Твери и Тверском регионе. Профильная кафедра рекламы создана там же в 2006 г. В 2011 г. произошло присоединение к специальности «Реклама» специальности «Связи с общественностью», которая также реализовывалась в ТвГУ. Затем, в 2014 г. произошло объединение направлений журналистики и рекламы и связи с общественностью в общую кафедру в рамках структурной оптимизации.

В ТвГТУ кафедра была образована в 2003 году для подготовки специалистов в сфере управления в страховании по специальности «Менеджмент» и первоначально называлась «Управление рисками и

страхование». В 2008 г. после лицензирования состоялся первый набор студентов на специальность «Связи с общественностью». Для технического вуза направление является непрофильным.

В ТвГУ направление рождалось на профильной базе, в отличие от ТвГТУ, существует дольше, специалисты коммуникационного рынка охотно сотрудничают с ТвГУ, работают профессионалы-практики и сотрудники, прошедшие профессиональную переподготовку. Это серьезный фактор преимущества ТвГУ, что отмечается и работодателями. Таким же преимуществом является наличие выделенных бюджетных мест у программы ТвГУ. Это и может стать точкой дифференциации для позиционирования программы, наряду с более низкой стоимостью обучения, нежели у столичных вузов, реализующих подобные образовательные программы (например, от 141 500 руб. (РУДН) до 550 000 руб. (Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»)).

Конкурентные преимущества образовательной программы «Реклама и связи с общественностью» ТвГУ:

- Наличие на образовательной программе бюджетных мест и целевого набора, возможность рассрочки оплаты обучения для студентов платной формы обучения и перевода на бюджетные места.
- Высококвалифицированный преподавательский состав с большой долей практиков с серьезным статусом в коммуникационной индустрии. Теоретическая база в сочетании с прикладными дисциплинами, ведущие специалисты-практики в роли преподавателей, проектная деятельность и практика в коммуникационных агентствах, мастер-классы экспертов индустрии и участие в профильных конкурсах и фестивалях – все это дает студентам возможность раскрыть творческий потенциал и стать отличными специалистами в сфере коммуникаций.
- Использование современных технологий и актуальных материалов в процессе обучения. В рамках программы обеспечен процесс,

основанный на взаимодополнении теоретических и практических занятий, мастер-классов ведущих специалистов в сфере рекламы и PR. Основной упор при этом делается на технологии коллективного освоения преподаваемого материала и ролевого участия в реальных проектах.

- Высокая востребованность выпускников на рынке труда и продуманная система «входа» в профессию, начинающая работать еще на младших курсах. Погружение в профессию с первого года. Решение конкретных задач для бизнеса - это важная часть обучения: студенты разбирают практические кейсы, делают рекламные проекты и защищают их перед компаниями-партнерами. Практика является обязательной с 3 по 4 курс.
- В ТвГУ существуют широкие возможности для всестороннего развития личности студента, а также для приобретения ими первичных навыков научной деятельности.
- Во-первых, это разнообразные спортивные секции, участие в спортивных мероприятиях внутри вуза, а также на межвузовском уровне.
- Во-вторых, это разнообразные университетские мероприятия: КВН, студенческие весны, концерты, музыкальные и танцевальные вечера, разнообразные клубы по интересам, университетские СМИ: телестудия «Универ-ТВ», информационный портал «Ориентир», проект «Вот это радио», интернет-портал «Универ». Серьезное развитие получила волонтерская деятельность студентов. В ТвГУ работает единственный в регионе Центр развития молодёжных волонтерских программ.
- В-третьих, это широкий комплекс мер, направленных на стимулирование научной активности студентов. К их числу относятся ежегодно проводимые студенческие научные конференции, разнообразные профессиональные конкурсы, включая региональные и общероссийские. Поощряется посещение студентами крупных научных мероприятий, проводимых ТвГУ и другими организациями РФ.

Преимущества и особенности ООП обусловлены особенностями научной школы кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью Тверского государственного университета и потребностями рынка труда в Тверском регионе.

SWOT-анализ ООП

<p style="text-align: center;">Сильные стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Уникальность ООП для регионального рынка образовательных услуг. 2. Динамичность развития современной сферы рекламы и связей с общественностью, формирование новых сегментов отрасли, в частности, связанные с интернет-коммуникациями, которые интересуют молодежь. 3. Наличие кадрового потенциала в вузе и в практической сфере. 4. Наличие в регионе обширной рекламно-маркетинговой базы. 	<p style="text-align: center;">Слабые стороны</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая информированность абитуриентов об ООП. 2. Низкий платежеспособный спрос в регионе при наборе на платное обучение. 3. Дублирование сферы деятельности «Реклама и связи с общественностью» и маркетинговых задач в некоторых конкурирующих ООП по разным направлениям подготовки. 4. Отсутствие профессиональных стандартов, касающихся обеих составляющих профессии, раскрывающих особенности подготовки специалиста по рекламе и связям с общественностью. 5. Отсутствие государственной грантовой поддержки исследований по рекламе и связям с общественностью.
<p style="text-align: center;">Возможности</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение к разработке ООП высоких профессионалов из практической области. 2. Возможность модернизировать ООП за счет вариативной части в соответствии с новыми трендами в отрасли. 3. Возможность обмена опытом с вузами Москвы. 	<p style="text-align: center;">Угрозы (риски).</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Близость столичных вузов с большим количеством бюджетных мест по родственным ООП, что усиливает конкуренцию при наборе абитуриентов. 2. Кадры могут перетекать в столицу с более высоким уровнем зарплат. 3. Тенденция к сокращению количества выделяемых бюджетных мест.

Х. Характеристика профессиональной деятельности выпускника по направлению подготовки/специальности:

– область (области) профессиональной деятельности

Области профессиональной деятельности, в которых выпускники, освоившие программу бакалавриата (далее - выпускники), могут осуществлять профессиональную деятельность:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы);

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации);

сфера рекламы и связей с общественностью (в социальной, политической и коммерческой и других областях деятельности), научных исследований.

Выпускники могут осуществлять профессиональную деятельность в других областях профессиональной деятельности и (или) сферах профессиональной деятельности при условии соответствия уровня их образования и полученных компетенций требованиям к квалификации работника.

– сфера (сферы) профессиональной деятельности

выпускников программ бакалавриата включает:

коммуникационные процессы в межличностной, социальной, политической, экономической, культурной, образовательной и научной сферах;

техники и технологии массовых, деловых и персональных коммуникаций;

технологии и техники пропаганды конкурентных свойств товаров, услуг, коммерческих компаний, некоммерческих и общественных

организаций, государственных органов и учреждений, их позиционирование в рыночной среде;

общественное мнение.

– тип (типы) задач профессиональной деятельности:

- Авторский,
- Проектный,
- Маркетинговый,
- Организационный.

– задачи профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности (по Реестру Минтруда)	Типы задач профессиональной деятельности	Задачи профессиональной деятельности	Объекты профессиональной деятельности (или области знания)
06 Связь, информационные и коммуникационные технологии	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по

			различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в	проектный	Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам

сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)		рекламы и связей с общественностью	средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	организационный	Организация процесса создания коммуникационного продукта	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	авторский	Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и (или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.
	маркетинговый	Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами,	текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой

		<p>организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации</p>	<p>информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>
--	--	--	--

– область (области) знания (при необходимости);

текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.

– профессиональные стандарты с указанием ОТФ и ТФ,
соотнесенных с результатами освоения образовательной программы
(компетенции и индикаторы).

СОПОСТАВЛЕНИЕ КОМПЕТЕНЦИИ С СОДЕРЖАТЕЛЬНОЙ ЧАСТЬЮ ПРОФ. СТАНДАРТОВ. Учебный план бакалавриата '2.03.01 – Реклама и связи с общественностью 2019-2029.plx', код направления			
Индекс	Наименование	Компетенции	Требования к образованию
06	СВЯЗЬ, ИНФОРМАЦИОННЫЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ		
06.009	СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК -1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	
В	Организация продвижения продукции СМИ	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; УК-6; ОПК-1; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК -1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Высшее образование - бакалавриат
В/01.6	Организация маркетинговых исследований в области СМИ	УК-1; УК-2; УК-4; ОПК-1; ОПК-4; ПК -1; ПК-4	
ТД.1	Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	УК-1.3; УК-1.4; УК-2.2; ОПК-4.1; ОПК-6.2; ПК-4.1; ПК-4.2	
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих маркетинговые исследования, проводящих социологические опросы, предоставление информации и оказание иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	УК-1.3; УК-1.5; УК-2.1; УК-2.2; ОПК-4.2; ПК -1.3; ПК-4.2	
ТД.3	Составление и заключение договоров на проведение маркетингового исследования, социологического опроса, о предоставлении информации или оказании иных услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	УК-4.2; ОПК-1.2; ПК -1.2	
ТД.4	Контроль выполнения договора, приемка результатов маркетингового исследования, социологического опроса, иных работ и услуг, необходимых для анализа ситуации на рынке продукции СМИ	ПК-4.3	
ТД.5	Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	УК-1.2; УК-1.3; УК-2.2; ОПК-1.1; ОПК-2.1; ОПК-4.1; ПК -1.3; ПК-4.1	
ТД.6	Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	ОПК-4.1; ОПК-4.2; ОПК-6.2; ПК -1.3; ПК-4.1; ПК-4.2	
В/02.6	Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ	УК-1; УК-2; УК-3; УК-4; ОПК-4; ОПК-5; ПК-2; ПК-4	
ТД.1	Разработка концепции продвижения продукции СМИ, формирование коммуникационных целей и маркетинговых стратегий	ОПК-4.2; ОПК-5.1; ПК -1.1; ПК-2.2; ПК-4.1; ПК-4.2	
ТД.2	Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации	ПК -1.1; ПК-2.2; ПК-4.1; ПК-4.2	
ТД.3	Разработка и обоснование проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ	ПК-4.1	

ТД.4	Разработка плана мероприятий по продвижению продукции СМИ	ПК -1.1; ПК-2.2; ПК-4.1	
ТД.5	Согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом	УК-2.3; УК-2.4; УК-3.4	
ТД.6	Формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ	ПК-2.2; ПК-4.1	
ТД.7	Представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации	УК-1.5; УК-2.5; УК-4.1; УК-4.5; ОПК-1.2; ОПК-6.2	
В/03.6	Организация мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ	УК-1; УК-2; УК-4; ОПК-1; ОПК-5; ОПК-6; ПК -1; ПК-3; ПК-4	
ТД.1	Подготовка предложений подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ	УК-1.3; УК-2.3; УК-4.2; ОПК-1.2	
ТД.2	Поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	ОПК-6.1; ОПК-6.2	
ТД.3	Составление и заключение договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	УК-2.3; УК-4.2; ОПК-1.2	
ТД.4	Контроль выполнения договора на разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	УК-4.2; УК-4.3; ОПК-5.2; ПК-4.3	
ТД.5	Организация представления продвигаемой продукции СМИ на публичных мероприятиях	ПК -1.1	
ТД.6	Организация проектов, направленных на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия	ПК -1.1; ПК -1.3; ПК-3.2; ПК-3.3	
В/04.6	Контроль и оценка эффективности результатов продвижения продукции СМИ	УК-1; УК-2; УК-6; ОПК-4; ОПК-7; ПК -1; ПК-2; ПК-4	
ТД.2	Организация сбора информации об узнаваемости продвигаемой продукции СМИ, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции	УК-1.1; УК-1.2; УК-1.3; УК-1.4; УК-2.2; ПК-4.3	
ТД.3	Поиск и отбор организаций, проводящих социологические опросы, заключение договоров на проведение социологических опросов	УК-1.3; УК-2.3; УК-6.1; ОПК-4.2	
ТД.4	Анализ эффективности продвижения продукции СМИ	ПК -1.3; ПК-2.2; ПК-4.3	

	ТД.5	Разработка предложений по корректировке стратегий и программ продвижения продукции СМИ	ОПК-7.2; ПК -1.3; ПК-2.2; ПК-4.3	
11		СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ, ИЗДАТЕЛЬСТВО И ПОЛИГРАФИЯ		
	11.009	РЕЖИССЕР СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ	УК-2; УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК -1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	
	В	Организационная деятельность по созданию и выпуску визуальных медиапродуктов СМИ	УК-2; УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ОПК-7; ПК -1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	Высшее образование - бакалавриат
	В/01.6	Планирование хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ	УК-2; УК-3; ОПК-1; ПК -1	
	ТД.1	Разработка совместно с творческой группой проекта календарно-постановочного плана (графика производства)	ПК -1.1	
	ТД.2	Разработка совместно с творческой группой сметы проектов	ПК -1.2	
	ТД.3	Подготовка и направление на утверждение проекта календарно-постановочного плана (графика производства)	УК-2.3; УК-3.4; ОПК-1.2; ПК -1.2	
	ТД.4	Подготовка и направление на утверждение сметы проектов	УК-2.3; УК-3.4; ОПК-1.2; ПК -1.2	
	В/02.6	Организация хозяйственной деятельности по созданию медиапродуктов СМИ	УК-2; УК-3; ОПК-1; ОПК-2; ОПК-3; ОПК-4; ОПК-5; ОПК-6; ПК -1; ПК-2; ПК-3; ПК-4	
	ТД.1	Осуществление в соответствии с календарно-тематическим планом творческого и производственного процесса создания медиапродуктов	ОПК-1.2; ОПК-2.2; ОПК-3.2; ОПК-4.2; ОПК-5.2; ПК -1.1; ПК-2.2; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4; ПК-4.1	
	ТД.2	Обеспечение выполнения комплекса работ по подготовке медиапродуктов	ПК -1.1; ПК-2.1; ПК-3.1; ПК-3.2; ПК-3.3; ПК-3.4	
	ТД.3	Содействие обеспечению медиапродуктов необходимыми современными техническими средствами	ОПК-6.1; ОПК-6.2	
	ТД.4	Контроль использования технических средств	ОПК-6.2	
	ТД.5	Координация работы художественно-производственного персонала	УК-2.4; УК-3.1; УК-3.4; ПК-2.1	
	ТД.11	Контроль комплекса работ, связанных с производством медиапродуктов	ПК-2.1; ПК-4.3	
	В/03.6	Обеспечение высокого художественного уровня медиапродукта	ОПК-1.2; ОПК-3.2; ОПК-5.2; ОПК-7.2; ПК-3.1; ПК-4.1	

XI. Планируемые результаты освоения образовательной программы.

В результате освоения программы у выпускника должны быть сформированы универсальные, общепрофессиональные и профессиональные компетенции.

Универсальные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Категория (группа) универсальных компетенций	Код и наименование универсальной компетенции	Код и наименование индикатора достижения универсальной компетенции
Системное и критическое мышление	УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. Анализирует задачи, выделяя ее базовые составляющие УК-1.2. Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи УК-1.3. Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов УК-1.4. При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения УК-1.5. Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.
Разработка и реализация проектов	УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними УК-2.2. Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точки зрения соответствия цели проекта УК-2.3. Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм УК-2.4. Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач УК-2.5. Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования

Командная работа и лидерство	УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	<p>УК-3.1. Определяет свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.2. При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников</p> <p>УК-3.3. Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, и строит продуктивное взаимодействие с учетом этого</p> <p>УК-3.4. Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленной цели</p> <p>УК-3.5. Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат</p>
Коммуникация	УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном языке	<p>УК-4.1. Выбирает стиль общения на русском языке в зависимости от целей и условий партнерства; адаптирует речь, стиль общения и язык жестов к ситуациям взаимодействия</p> <p>УК-4.2. Ведет деловую переписку на русском языке с учетом особенностей стилистики официальных и неофициальных писем</p> <p>УК-4.3. Ведет деловую переписку на иностранном языке с учетом особенностей стилистики официальных писем и социокультурных различий</p> <p>УК-4.4. Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного языка на русский, с русского языка на иностранный</p> <p>УК-4.5. Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения</p> <p>УК-4.6. Устно представляет результаты своей деятельности на иностранном языке, может поддерживать разговор в ходе их обсуждения</p>
Межкультурное взаимодействие	УК-5. Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	<p>УК-5.1. Отмечает и анализирует особенности межкультурного взаимодействия (преимущества и возможные проблемные ситуации), обусловленные различием этических, религиозных и ценностных систем</p> <p>УК-5.2. Предлагает способы преодоления коммуникативных барьеров при межкультурном взаимодействии</p>

		УК-5.3. Определяет условия интеграции участников межкультурного взаимодействия для достижения поставленной цели с учетом исторического наследия и социокультурных традиций различных социальных групп, этносов и конфессий
Самоорганизация и саморазвитие	УК-6. Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. Использует инструменты и методы управления временем при выполнении конкретных задач, проектов, при достижении поставленных целей УК-6.2. Определяет приоритеты собственной деятельности, личностного развития и профессионального роста УК-6.3. Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста УК-6.4. Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития.
Здоровьесбережение	УК-7. Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности УК-7.2. Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности УК-7.3. Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности
Безопасность жизнедеятельности	УК-8. Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.	УК-8.1. Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, природных и социальных явлений). УК-8.2. Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности УК-8.3. Выявляет угрозу условиям жизнедеятельности, природной среде и устойчивому развитию общества, связанную с нарушением техники безопасности УК-8.4. Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного, техногенного происхождения и возникновения военных конфликтов УК-8.5. Оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях.

<p>Экономическая культура, в том числе финансовая грамотность</p>	<p>УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.</p>	<p>УК-9.1. Использует основные принципы экономического анализа (принцип альтернативных издержек, ценности денег с учетом фактора времени и т.п.). УК-9.2. Использует правовые базы данных и прочие ресурсы для получения информации о своих правах и обязанностях, связанных с осуществлением экономической политики государства. УК-9.3. Использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом). УК-9.4. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения поставленных целей. УК-9.5. Контролирует собственные экономические и финансовые риски.</p>
<p>Гражданская позиция</p>	<p>УК-10. Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению.</p>	<p>УК-10.1. Определяет социально-правовую сущность коррупции, основные причины и виды коррупционных проявлений, обосновывает несовместимость коррупции и эффективной профессиональной деятельности. УК-10.2. Анализирует тексты нормативных правовых актов по вопросам противодействия коррупции, а также тексты иных нормативных правовых актов в целях выявления положений, носящих потенциально коррупциогенный характер. УК-10.3. Выявляет коррупционные составляющие, признаки и формы коррупционного поведения, в том числе, конфликта интересов в конкретной сфере профессиональной деятельности. УК-10.4. Разъясняет субъектам права меры ответственности, предусмотренные действующим законодательством за совершение коррупционных правонарушений. УК-10.5. Предлагает методы профилактики коррупционного поведения, способы распространения правовых антикоррупционных знаний, комплексные меры по минимизации коррупционных рисков в сфере профессиональной деятельности.</p>

Общепрофессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

<p>Категория (группа) общепрофессиональных компетенций</p>	<p>Код и наименование общепрофессиональной компетенции</p>	<p>Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции</p>
---	---	---

Продукт профессиональной деятельности	ОПК-1. Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ ОПК-1.2. Осуществляет подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
Общество и государство	ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Анализирует систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
Культура	ОПК-3. Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1. Показывает кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса ОПК-3.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
Аудитория	ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп ОПК-4.2. Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Медиакоммуникационная система	ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем	ОПК-5.1. Идентифицирует совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

	региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы
Технологии	ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Способен понимать сущность и принципы работы современных информационных технологий, владеть компьютером на уровне опытного пользователя, отбирать для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение ОПК-6.2. Применяет современные цифровые устройства, платформы и программное обеспечение на всех этапах создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов
Эффекты	ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Применяет цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

Обязательные профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения

Задача ПД	Объект или область знания	Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения профессиональной компетенции	Основание (ПС, анализ опыта)
Тип задач профессиональной деятельности: проектный				

<p>Участие в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере рекламы и связей с общественностью</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>	<p>ПК-1. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в соответствии с поставленными проблемами, целями и задачами</p>	<p>ПК-1.1. Реализует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью ПК-1.2. Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью ПК-1.3. Использует результаты исследований для планирования рекламной или PR кампании при создании коммуникационного продукта</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 11.009 Режиссер средств массовой информации</p>
<p>Тип задач профессиональной деятельности: организационный</p>				
<p>Организация процесса создания коммуникационного продукта</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>	<p>ПК-2. Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий</p>	<p>ПК-2.1. Выполняет функционал линейного менеджера в рамках текущей деятельности отдела по рекламе и (или) связям с общественностью и (или) при реализации коммуникационного проекта по рекламе и связям с общественностью ПК-2.2. Осуществляет тактическое планирование мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии ПК-2.3. Участвует в организации внутренних коммуникаций и мероприятий по формированию корпоративной идентичности и корпоративной культуры</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 11.009 Режиссер средств массовой информации</p>

Тип задач профессиональной деятельности: авторский

<p>Осуществление авторской деятельности по созданию текста рекламы / связей с общественностью и и(или) иного коммуникационного продукта с учетом специфики разных каналов коммуникации</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным целевым группам/группам общественности.</p>	<p>ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-3.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта ПК-3.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта ПК-3.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании ПК-3.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 11.009 Режиссер средств массовой информации</p>
--	--	---	---	--

Тип задач профессиональной деятельности: маркетинговый

<p>Продвижение коммуникационного продукта путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью</p>	<p>текст рекламы и связей с общественностью и (или) иной коммуникационный продукт, передаваемый по различным каналам средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа, адресованный разным</p>	<p>ПК-4. Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта</p>	<p>ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и</p>	<p>06.009 Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации 11.009 Режиссер средств массовой информации</p>
--	--	---	---	--

различных каналов коммуникации	целевым группам/группам общественности.		реализацию коммуникационного продукта ПК-4.3. Использует мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	
--------------------------------	---	--	---	--

ХII. Формы проведения государственной итоговой аттестации.

– подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы.

ХIII. Анализ востребованности и преимуществ выпускников данной ОП на рынке труда.

Выпускники работают в самых разнообразных сферах деятельности, использующих рекламные и PR-коммуникации.

Ключевыми работодателями, с которыми заключены долгосрочные договоры о сотрудничестве, являются:

- ООО «Объединённые медиасистемы»,
- ООО ТРК «Тверской проспект»,
- ГАУ РИА «Верхневолжье»,
- Управление ФАС по Тверской области.

Работодатели – потребители выпускников образовательной программы:

- *СМИ:*

АО «ТВ Центр», издательство «Печатный Двор Твери», УМПРО «Издательский Дом», издательский дом «Космопресс» (Москва), редакции газет «Тверские ведомости», «Караван+», «ТелеСемь», «Тверское информационное агентство», Верхневолжская ассоциация периодической печати, ЗАО «Комсомольская правда в Санкт-Петербурге», ООО «Тверской информационно-деловой центр» (радиостанции «Серебряный дождь», «Наше радио»), ООО «Медийное агентство «Клин Плюс».

- *Рекламные агентства разного профиля:*

«Арт-Премьер», «Рекламная компания «РОСТ-Тверь», «Альтера», «Параграф», «Дирижабль», «Позитив», «Студия дизайна Демо», «Особый случай», дизайн-студия «Logodisigner», РА «Родная речь» (Москва), R&I: Moscow, Ekaterinburg, Petersburg – RCG, РА «Цель», ООО «Реклама и дизайн», «UBK Group», студия интернет-технологий «Взлет Медиа», РА «Креатив»,

РА «Изюм», РА «Не кот в мешке», студия виртуальной реальности ООО «DreamVR», ООО «Оптима» и др.

- Коммерческие организации, бизнес разной направленности:

«Диас», «Максима», «Линет», «Дефа Группс», «Универсальные мобильные стенды» (Москва), ООО «Тон» (Клин), АН «Тверское княжество», ТД «Антраша-luxe» г. Твери, компания «Апельсин» и ООО «Компания ПродЭко», ювелирная компания «Александрит», коттеджный поселок «Seven Hills», ООО ТФ «Омега», ЗАО «КАТЭЛ», ООО «РСК», «ScaniAutoCenter», Фольксваген Центр Макон-Авто, ООО «Гранд Авто», ООО «Важная персона-Авто», ТВЦ «Морозовский», ООО «ИГлобИС», ГК «Аква-Вита», WDS, АО «ДКС» и др.

- Инвестиционные, банковские структуры:

ООО ИК «Атикон», ПАО «Сбербанк», ОАО «Россельхозбанк», ООО «Хоум кредит энд финанс банк» и др.

- Государственные организации:

Министерство туризма Тверской области, Администрация г. Ржева, Администрация Эммаусского сельского поселения Калининского района Тверской области, Отдел по связям с общественностью и социальным вопросам Заволжского района г. Твери и др.

Специалисты с дипломом ТвГУ по программе «Реклама и связи с общественностью» востребованы на разнообразных рынках труда Тверской области, Москвы, Санкт-Петербурга и других регионов Российской Федерации, а также за пределами России в странах СНГ и Европы.

XIV. Связи с рынком труда и ключевыми работодателями.

В проектировании и реализации ООП принимали участие ключевые работодатели:

- директор ООО «Телерадиокомпания Тверской проспект» Е.А. Девяткина
- генеральный директор телерадиокомпания «Пилот» (ООО «Объединённые медиасистемы») Д.В. Зеленев.

Профессиональных сертификатов нет.

XV. Практическая подготовка.

При освоении ООП образовательная деятельность организуется в том числе в форме практической подготовки.

Образовательная деятельность в форме практической подготовки организована при реализации дисциплин, практики, иных компонентов образовательных программ, предусмотренных учебным планом.

Практическая подготовка при реализации дисциплин организуется путем проведения практических (семинарских) занятий, практикумов, лабораторных работ, тренингов и иных аналогичных видов учебной деятельности, предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, направленных на формирование практических умений и навыков.

Практическая подготовка может включать в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка при проведении практики организуется путем непосредственного выполнения обучающимися определенных видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью, регламентируется Положением об организации и проведении практики в Тверском государственном университете, определяющим порядок организации практики обучающихся по ООП ВО.

III. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы

– *Календарный учебный график*

<https://tversu.ru/sveden/education/eduop/>

– *Учебный план*

<https://tversu.ru/sveden/education/eduop/>

– *Рабочие программы дисциплин*

Рабочие программы дисциплин с аннотациями и фондами оценочных средств для промежуточной аттестации см. в Приложении 4.

<https://tversu.ru/sveden/education/eduop/>

– *Рабочие программы практик*

Учебным планом образовательной программы 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» предусмотрены следующие практики:

Учебная практика:

Профессионально-ознакомительная практика – 6 зачетных единиц, 4 недели

Производственная практика:

Профессионально-творческая практика – 9 зачетных единиц, 6 недель

Преддипломная практика - 24 зачетных единицы, 16 недель.

Практики закрепляют и развивают знания и умения, приобретаемые обучающимися в результате освоения учебных курсов, вырабатывают практические навыки и способствуют комплексному формированию универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций обучающихся.

Программы практик с фондами оценочных средств для промежуточной аттестации см. в Приложении 5.

<https://tversu.ru/sveden/education/eduop/>

– *Программа ГИА*

Формой государственной итоговой аттестации является -

«Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы».

Программа государственной итоговой аттестации (с фондами оценочных средств) и приводятся в Приложении 8.

<https://tversu.ru/sveden/education/eduop/>

IV. Сведения о ресурсном обеспечении ООП

А. Справка о кадровом обеспечении основной образовательной программы

№ п/п	Ф.И.О. преподавателя	Условия привлечения (штатный, внутренний совместитель, внешний совместитель, по договору)	Должность, ученая степень, ученое звание	Перечень преподаваемых дисциплин	Уровень образования, наименование специальности, направления подготовки, наименование присвоенной квалификации	Сведения о дополнительном профессиональном образовании	Факт наличия научной, учебно-методической и (или) практической работы, соответствующей профилю дисциплины, подтвержденный соответствующими документами (прикладываются к ООП) (да/нет)			Объем учебной нагрузки по дисциплинам (модулям), практикам, ГИА	
							научная работа	учебно-методическая работа	практическая работа	количество часов	доля ставки
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.	Абрамова Екатерина Игоревна	штатный	Должность- доцент, ученая степень- канд. филол. наук, ученое звание - отсутствует	Русский язык и культура речи	Высшее. Филология. Филолог. Преподаватель. Диплом кандидата наук серия ДКН № 033607.	Удостоверение о повышении квалификации № 692407396617 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской	да	да	да	39,05	0,04

						<p>государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692405764162 от 19.03.2018, "Актуальные вопросы экономики и менеджмента высшего учебного заведения", 72 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692404195744 от 23.11.2016, "Профилактика терроризма и экстремизма в молодежной среде", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420221 от 28.03.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"</p>					
2.	Бойников Александр Михайлович	штатный	Должность-ученая степень-	Технология аргументации в рекламе	Высшее. Немецкий язык и литература Филолог.	<p>Удостоверение о повышении квалификации №</p>	да	да		98,95	0,12

			канд. филол. наук, ученое звание - доцент		Преподаватель немецкого языка. Переводчик. Диплом кандидата наук серия КТ № 077132. Аттестат доцента серия ДЦ №003149.	692407544332 от 30.04.2021, "Повышение ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396618 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420222 от 28.03.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"					
3.	Брызгалова Елена Николаевна	штатный	Должность - зав. кафедрой, ученая степень -	История и актуальные проблемы журналистики	Высшее. Русский язык и литература.	Удостоверение о повышении квалификации № 692407544333 от	да	да		103,95	0,14

			д.филол.н., ученое звание -профессор.		Филолог. Преподаватель. Диплом доктора наук серия ДК № 029649. Аттестат профессора серия ПР № 006472.	30.04.2021, "Повышение ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396619 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420223 от 28.03.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";					
4.	Бушев Александр Борисович	штатный	Должность- профессор; ученая степень- докт. филол. наук;	История рекламы и связей с общественностью	Высшее. "Английский язык и литература"; Лечебное дело; "Юриспруденция"	Удостоверение о повышении квалификации № 692407544334 от 30.04.2021, "Повышение	да	да		595,75	0,78

			ученое звание - отсутствует	<p>Мастер–класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»</p> <p>Теория и практика массовой информации</p> <p>Нейминг</p> <p>Технологии управления общественным мнением</p> <p>Теория и практика PR</p> <p>Коммуникации в кризисной ситуации</p> <p>Руководство ВКР; Производственная практика (преддипломная практика)</p>	<p>Филолог. Преподаватель английского языка и литературы. Врач. Юрист Диплом доктора наук серия ДДН № 018616.</p>	<p>ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № ДК43466 от 04.03.2021, "Новые информационные технологии в образовании", 16 часов? ЧУО ДПО "ИС-Образование"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396620 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420225 от 28.03.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО</p>					
--	--	--	--------------------------------	---	---	--	--	--	--	--	--

						"Тверской государственный университет"						
5.	Бычкова Мария Борисовна	штатный	Должность – доцент, ученая степень - к.филол.н., ученое звание отсутствует	Деловое общение	Высшее. Филолог по направлению подготовки 45.03.01 «Филология». Преподаватель. Диплом кандидата наук серия КТ № 111140	Удостоверение о повышении квалификации № 692407544335 от 30.04.2021, "Повышение ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396621 от 25.05.2018, "Использование средств информационно- коммуникационных технологий в электронной информационно- образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420226 от 28.03.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской	да	да		44,3	0,05	

						государственный университет".						
6.	Воробьева Анна Сергеевна	штатный	Должность-доцент; ученая степень-канд. биол. наук, ученое звание - отсутствует	<p>Основы менеджмента</p> <p>Основы маркетинга</p> <p>Основы медиапланирования</p> <p>Коммуникационный менеджмент современной компании</p> <p>Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью в различных сферах</p> <p>Руководство ВКР; Производственная практика (преддипломная практика)</p> <p>Профессионально-ознакомительная практика</p>	<p>Высшее. Химия. Химик. Преподаватель. Диплом кандидата наук серия ДКН № 053510.</p>	<p>Удостоверение о повышении квалификации № 692407544339 от 30.04.2021, "Повышение ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 692407396622 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 692405763452 от 28.11.2017, "Использование сервисов электронно-образовательной среды ТвГУ", 24 часа, ФГБОУ</p>	да		да	933	1,08	

				Производственная практика (практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности)		ВО "Тверской государственный университет"					
7.	Гужова Татьяна Ивановна	Штатный	Должность – заведующая кафедрой, ученая степень – кандидат.биолог. наук ученое звание - доцент	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту/Адаптивная физическая культура Физическая культура и спорт	Высшее. Физическая культура Звание учителя физической культуры средней школы	Удостоверение о повышении квалификации № 692407396654 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407395691 от 24.04.2018, "Оказание первой помощи", 16 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";	да	да		241,1	0,28

						Удостоверение о повышении квалификации № 692402382789 от 20.11.2015, "ФГОС основного общего образования: актуальные проблемы введения", 108 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"					
8.	Девяткина Елена Александровна	По договору ГПХ	Должность – директор телеканала «Тверской проспект – Регион», ученая степень отсутствует, ученое звание - отсутствует	ГИА	Высшее. Журналистика Магистратура Телевидение	Работник профильной организации Удостоверение о повышении квалификации № 692407397087 от 12.07.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"			да	37,5	0,04
9.	Дмитриева Людмила Геннадьевна	По договору ГПХ	Генеральный директор ООО «Астра Тривиум»	Психология массовых коммуникаций	Высшее. Психолог. Преподаватель психологии по специальности «Психология»	Диплом о профессиональной переподготовке № 347 ПП- I № 381383 «Менеджмент»		да	да	92,4	0,11
10	Дорофеева Ирина Валентиновна	штатный	Должность: доцент, ученая степень -кандидат	Иностранный язык	Высшее. Английский язык и литература.	Удостоверение о повышении квалификации №	да	да		222,4	0,26

			филологических наук, ученое звание –доцент.		Филолог. Преподаватель английского языка.	692407396525 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692405763605 от 23.01.2018, "Теория и практика деловой коммуникации на иностранном языке (дидактический аспект)", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692402273133 от 30.01.2015, "Программно-методическое обеспечение профессионально-ориентированной подготовки по иностранному языку					
--	--	--	---	--	---	---	--	--	--	--	--

						студентов нелингвистических направлений", 72 часа, ФГБОУ ВПО "Тверской государственный университет";						
11	Жукова Елена Николаевна	штатный	Должность- доцент; ученая степень- канд. истор. наук, ученое звание - доцент	История (история России, всеобщая история)	Высшее. История. Историк. Преподаватель истории и обществоведения. Диплом кандидата наук серия КТ №155189. Аттестат доцента серия ДЦ №038533.	Удостоверение повышении квалификации № 692405763670 от 12.02.2018, "Работа преподавателя электронно- образовательной среде образовательной организации", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение повышении квалификации № 692405764022 от 01.11.2017, "Технологии оценки компетенций", 72 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"	о	да	да		59,25	0,07
12	Зеленов Денис Владимирович	по договору ГПХ	Должность- директор ООО РТП «ТВ-Пилот» ученая степень- отсутствует, ученое звание - отсутствует	ГИА	Высшее. Юриспруденция Юрист	Работник профильной организации Удостоверение повышении квалификации № 692407397100 от 12.07.2018, "Использование средств информационно-	о	да		да	38	0,04

						коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"					
13	Ильяшенко Дмитрий Владиславович	штатный	Должность-доцент; ученая степень-канд. биол. наук, ученое звание – доцент; научный сотрудник	Взаимодействие с государственными институтами и технологиями лоббирования Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности Теория и практика брендинга Разработка и технологии производства коммуникационного продукта Мастер-класс «Работа с	Высшее. Биология. Биолог. Преподаватель биологии и химии Диплом кандидата наук серия КТ №013790. Аттестат доцента серия ДЦ №008952.	Удостоверение о повышении квалификации № 692411980336 от 30.04.2021, "Повышение ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396624 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";	да	да	874,6	1,02	

				<p>текстами в рекламе и связях с общественностью»</p> <p>Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью</p> <p>Теория и практика рекламы</p> <p>Копирайтинг</p> <p>Стратегии личностно-профессионального развития</p> <p>Государственная итоговая аттестация</p> <p>Руководство ВКР; Производственная практика (преддипломная практика)</p>		<p>Удостоверение о повышении квалификации № 692405763462 от 28.11.2017, "Использование сервисов электронно-образовательной среды ТвГУ", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"</p>						
14	Казанцева Ирина Александровна	штатный	Должность – профессор, ученая степень - д.филол.н., ученое звание - доцент	Искусство и литература	Высшее. Русский язык и литература Филолог Преподаватель	<p>Удостоверение о повышении квалификации № 692411980337 от 30.04.2021, "Повышение</p>	да	да		165,25	0,22	

				История русской литературы	русского языка и литературы Диплом доктора наук серия ДДН № 018616. Аттестат доцента серия ДЦ №012987.	ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396625 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420236 от 28.03.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"					
15	Карпенюк Ольга Сергеевна	штатный	Должность – доцент, кандидат юридических наук, ученое звание отсутствует	Правоведение	Высшее. Юрист	-	да	да		48,4	0,06

16	Кириянов Сергей Николаевич	По договору ГПХ	Должность-доцент; ученая степень-канд. филол. наук, ученое звание – отсутствует Начальник отдела профессионального обучения ООО "Учебно-консультационный центр КСК".	Введение в методологию научного исследования Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью	Высшее. "Русский язык и литература" Филолог. Преподаватель русского языка и литературы Диплом кандидата наук КТ № 002167 Диплом доцента ДЦ № 037151	Работник профильной организации Программа «Управление персоналом», Российский университет дружбы народов, Россия, город Москва (2018-2019), Программа «Проектное управление в органах государственной и муниципальной власти» (2019), Санкт-Петербургский межрегиональный ресурсный центр, Программа «Кадровая работа. Актуальные вопросы регулирования трудовых отношений», (2019), Санкт-Петербургский межрегиональный ресурсный центр Программа «Современные информационные технологии обработки данных для решения задач государственного управления» (2019), Санкт-Петербургский межрегиональный ресурсный центр	да	да	да	108,95	0,13
17	Крупко Александр Константинович	по договору ГПХ	Должность – директор УНИВЕР-ТВ, ученая степень-отсутствует,	Современный дизайн и компьютерная графика	Высшее. Магистратура по направлению «Журналистика». Магистр журналистики.	Удостоверение о повышении квалификации № 692407396874 от 25.05.2018, «Использование средств			да	135,45	0,16

			ученое звание - отсутствует	Фотомастерство		информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде» организации» 24 часа, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»					
18	Мовсесян Марат Рубенович	по договору ГПХ	Ведущий специалист Управления информации и общественных связей Отдел по коммуникационному сопровождению строящихся энергоблоков. Ведущий инженер Филиала АО "Концерн Росэнергоатом" "Курская атомная станция" Управление информации и общественных связей Отдел по коммуникационному сопровождению строящихся энергоблоков. ученая степень-отсутствует, ученое звание - отсутствует	Мастер-класс «Реклама и СО в деятельности государственных структур» Политические коммуникации ГИА	Высшее. Журналист	Работник профильной организации Удостоверение о повышении квалификации № 692407397157 от 12.07.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"	да		да	183,65	0,21

19	Мурашко Елена Николаевна	По договору ГПХ	Генеральный директор и владелец Digital-агентства «SMM TargBox»	Интегрированные маркетинговые коммуникации в Интернет Мастер-класс "Реклама и связи с общественностью в бизнесе"	Высшее. Социолог, преподаватель социологии по специальности "Социология"	Работник профильной организации. Диплом профессиональной переподготовки «Менеджмент организации», Образовательное учреждение высшего образования «Тверской институт экологии и права», № 17031, 2017			да	148,45	0,17
20	Олехова Ирина Павловна	Доцент по совместительству	Должность – доцент ученая степень- кандидат филол. наук; ученое звание- отсутствует	Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью Дизайн, корпоративная идентичность и фирменный стиль Введение в методологию научного исследования	Высшее. «Филология». Филолог. Преподаватель. Диплом кандидата наук серия КТ № 167560.	Удостоверение о повышении квалификации № 692411980345 от 30.04.2021, "Повышение ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации №692403420226 от 28.03.2016 г. по ДПП "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"	да			168,7	0,2
21	Парахонская Галина Анатольевна	штатный	Должность – доцент; ученая степень- канд. истор. наук, ученое звание - доцент	Социология массовых коммуникаций	Высшее. История Историк. Преподаватель истории и обществоведения. Диплом кандидата	Диплом профессиональной переподготовки № 692407545150 от 26.05.2020, "Преподаватель	да	да		75,4	0,09

				<p>наук серия ИТ № 012366. Аттестат доцента серия ДЦ № 004839.</p>	<p>социологии", 250 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396707 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420129 от 28.12.2015, "Технологии оценки компетенций", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации серия ПК № 000455 с 02.03.2015 г. по 04.03.2015 г., Подготовка экспертов ГИА-11 по обществознанию, 18</p>					
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

						часов, ГБОУ ДПО Тверской областной институт усовершенствования учителей; ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет", 2014 г.					
22	Петрищев Максим Викторович	штатный	Должность – доцент, Ученая степень К.э.н., Ученое звание доцент	Экономика	Высшее. Физик. Физик. Диплом кандидата наук серия ДК Н № 027838; Аттестат доцента серия ДЦ № 055913 .	Удостоверение о повышении № 692407396818 от 25.05.2018, "Использование средств информационно- коммуникационных технологий в электронной информационно- образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении № 692405764034 от 15.12.2017, Личность современного студента и современные психолого- педагогические основы сопровождения развития, 72 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";	да	да	да	48,4	0,05

23	Смелова Марина Валерьевна	штатный	Должность- доцент; ученая степень- канд. филол. наук, ученое звание - доцент	Теория и практика рекламы Культурология Введение в профессию Внемедийные коммуникации Семиотика в рекламе и связях с общественност ью Мастер-класс «Проектирован ие креативного продукта» Основы теории коммуникации Введение в методологию научного исследования Государственн ая итоговая аттестация Руководство ВКР; Производствен ная практика	Высшее. "Русский язык и литература" Филолог. Преподаватель русского языка и литературы Диплом кандидата наук серия КТ № 046058. Аттестат доцента серия ДЦ № 032669.	Удостоверение о повышении квалификации № 692411980350 от 30.04.2021, "Повышение ИКТ-компетентности преподавателя вуза", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407396627 от 25.05.2018, "Использование средств информационно- коммуникационных технологий в электронной информационно- образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420243 от 28.03.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"	да	да		983,15	1,14
----	---------------------------------	---------	---	---	---	---	----	----	--	--------	------

				(преддипломная практика)								
24	Становова Людмила Александровна	штатный	Должность-доцент; ученая степень-канд. психол. наук, ученое звание - отсутствует	Социальное взаимодействие в командной работе	Высшее. Психолог; "Клинический психолог" Диплом кандидата наук серия ДКН № 178398	Удостоверение о повышении квалификации № 692404196246 от 22.11.2021, "Формирование системы менеджмента качества образовательной организации в соответствии с требованиями стандарта ИСО 9001:2015", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692403420569 от 11 июня 2021, "Профилактика идеологии терроризма и экстремизма", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 772410753437 от 07.12.2020, "Организационные и психолого-педагогические основы инклюзивного высшего образования", 72 часа, ФГБОУ ИВО "Московский государственный	да	да		39,3	0,05	

						<p>гуманитарно-экономический университет"; Сертификат, 2019 год Лекционно-практический курс "Кризисная психология", 36 часов Международный проект Психологи online; Удостоверение о повышении квалификации № 692409786125 от 14.10.2019, "Методическая подготовка бизнес-тренеров", 72 часа, АНО ДПО Учебно-Консалтинговый Центр "Ликей"; Удостоверение о повышении квалификации № 112843 от 14.03.2019, "Конкурентоспособные образовательные программы: дизайн-управление-оценка эффективности", 24 часа, Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"; Сертификат № 02996 от 07.02.2019 г. по программе Зимней школы преподавателей 2019 г. "Цифровизация образования: технологии, качество,</p>					
--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

						<p>вовлеченность", 25 часов, Юрайт-Академия.;</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 692407397487 от 19.10.2018, "Концептуальные, и содержательные технологические основы образования для устойчивого развития в вузе", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";</p> <p>Сертификат участия с 26-29 сентября 2018 года в Международной конференции "Психология труда и управления как ресурс развития общества в условиях глобальных изменений", 32 часа (приравнивается к повышению квалификации) ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет".</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 760600016768 от 13.04.2018 года "</p> <p>Совершенствование системы управления образовательной организацией на основе</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>применения профессиональных стандартов и лучших международных практик", 48 часов, ФГБОУ ДПО "Государственная академия промышленного менеджмента имени Н.П. Пастухова".</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 692407396540 от 25.05.2018, "Использование средств информационно-коммуникационных технологий в электронной информационно-образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 692405763554 от 27.12.2017, "Инновационные образовательные технологии в процессе преподавания психологии", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской</p>					
--	--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

					<p>государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692404196775 от 11.12.2017, "Организация образовательного процесса при обучении инвалидов и лиц с ОВЗ в образовательных организациях общего, среднего профессионального и высшего образования", 72 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692405764073 от 20.11.2017, Создание электронных учебных пособий, 72 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Сертификат о прохождении повышения квалификации от 14.06.2017, "Современные проблемы девиантологии: перспективы развития", 36 часов, Академия образования г. София Болгария;</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						Удостоверение о повышении квалификации № 692402382122 от 28.05.2015, "Современные вопросы гуманитарного образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"					
25	Суворов Владимир Иванович	штатный	Должность-доцент; ученая степень-канд. физ.-мат. наук, ученое звание – доцент	Информационно-коммуникационные технологии в профессиональной сфере	Высшее. Автоматизация и комплексная механизация химико-технологических процессов. Инженер по автоматизации химико-технологических процессов Диплом кандидата наук серия ФМ № 036628. Аттестат доцента серия ДЦ № 009139.	Удостоверение о повышении квалификации № 692407544104 от 13.04.2020, "Математическое образование в эпоху цифровой трансформации", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 167054 от 12.03.2020, "Математическая логика, алгоритмические проблемы, вычислительная сложность", 38 часов, Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики"; Удостоверение о повышении квалификации №	да	да		61,3	0,07

					<p>692407396400 от 25.05.2018, "Использование средств информационно- коммуникационных технологий в электронной информационно- образовательной среде образовательной организации высшего образования", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692407395389 от 23.04.2018, "Оказание первой помощи", 16 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692405763647 от 31.01.2018, "Семантико- прагматические аспекты информационной безопасности", 32 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации №</p>					
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						692404195707 от 18.11.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";					
26	Фролова Ирина Алексеевна	штатный	Должность: доцент; ученая степень – канд. философ. наук, ученое звание- доцент	Философия	Высшее. Библиотекарь-библиограф Диплом кандидата наук серия КТ № 002256. Аттестат доцента серия ДЦ № 002936.	Удостоверение о повышении квалификации № 6924057396236 от 30.04.2018, "Использование сервисов электронно-образовательной среды ТвГУ", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692405763688 от 12.02.2018, "Работа преподавателя в электронно-образовательной среде образовательной организации", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692405764037 от 15.12.2017, Личность современного студента и современные психолого-педагогические основы	да	да		61,3	0,07

						сопровождения развития, 72 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 692404195709 от 18.11.2016, "Технологии оценки компетенций", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";						
27	Шверина Татьяна Алексеевна	штатный	Должность – зав. кафедрой ученая степень - канд. мед. наук, ученое звание - доцент	Безопасность жизнедеятельности	Высшее, Стоматология. Врач-стоматолог Диплом кандидата наук серия МД №023883. Аттестат доцента серия ДЦ №004126.	Удостоверение о повышении квалификации регистрационный номер № 23118 от 10.07.2020 года " Подготовка населения в области гражданской обороны и защиты от чрезвычайных ситуаций", 72 часа Институт развития МЧС России Академии гражданской защиты МЧС России. Удостоверение о повышении квалификации № 692405763690 от 12.02.2018, "Работа преподавателя в электронно-образовательной среде образовательной организации", 24 часа, ФГБОУ ВО "Тверской	о	да	да		60,1	0,07

					<p>государственный университет"; Удостоверение о повышении квалификации № 422 от 06.06.2018 года " Охрана труда для руководителей и специалистов организаций", 40 часов, АНО ДПО Учебный центр по охране труда "АНАЛИТИКА ТРУД"</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 692404196677 от 11.04.2017, "Интерактивные образовательные технологии", 72 часа, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет";</p> <p>Удостоверение о повышении квалификации № 692402272988 от 12.03.2015, "Технологии оценки компетенций", 36 часов, ФГБОУ ВО "Тверской государственный университет"</p>					
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

1. Процент численности педагогических работников, участвующих в реализации программы и лиц, привлекаемых к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным

значениям), ведущих научную, учебно-методическую и (или) практическую работу, соответствующую профилю преподаваемой дисциплины - 93 % (п.4.4.3 ФГОС ВО 3++ - не менее 70%).

2. Процент численности педагогических работников, участвующих в реализации программы и лиц, привлекаемых к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), являющихся руководителями и(или) работниками иных организаций, осуществляющих трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (со стажем работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет) - 12% (п.4.4.4 ФГОС ВО 3++ - не менее 5%).

3. Процент численности педагогических работников, участвующих в реализации программы и лиц, привлекаемых к реализации программы на иных условиях (исходя из количества замещаемых ставок, приведенного к целочисленным значениям), имеющих ученую степень и(или) ученое звание - 87 % (п.4.4.5 ФГОС ВО 3++ - не менее 60%).

Б. Справка о лицах, являющихся руководителями и(или) работниками иных организаций, осуществляющих трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники

№ п\п	Ф.И.О.	Наименование организации	Должность в организации	Стаж работы в организации
1	2	3	4	5
1.	Девяткина Елена Александровна	Телеканал «Тверской проспект – Регион»	директор	17 лет
2.	Зеленов Денис Владимирович	ООО РТРП «ТВ-Пилот»	директор	15 лет
3.	Мовсесян Марат Рубенович	Фонд содействия развитию муниципальных образований «Ассоциация территорий расположения атомных станций. Управление информации и общественных связей Отдел по коммуникационному сопровождению строящихся энергоблоков. Филиал АО "Концерн Росэнергоатом" "Курская атомная станция" Управление информации и общественных связей Отдел по коммуникационному сопровождению строящихся энергоблоков	Ведущий специалист Ведущий инженер	3 г.

4.	Крупко Александр Константинович	Учебная телестудия «УНИВЕР-ТВ»	директор	6 г.
5.	Кирьянов Сергей Николаевич	Санкт-Петербургский государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования «Санкт-Петербургский межрегиональный ресурсный центр» ООО "Учебно-консультационный центр КСК".	Начальник учебно-методического отдела Начальник отдела профессионального обучения	4 г.
6.	Мурашко Елена Николаевна	ТТЛ-агентство "Объединенные медиасистемы" Digital-агентство «SMM TargBox»	Генеральный директор Генеральный директор и владелец	15 лет

В. Справка о материально-техническом обеспечении основной образовательной программы 42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Наименование документа	Наименование документа (№ документа, дата подписания, организация, выдавшая документ, дата выдачи, срок действия)
Заключения, выданные в установленном порядке органами, осуществляющими государственный пожарный надзор, о соответствии зданий, строений, сооружений и помещений, используемых для ведения образовательной деятельности, установленным законодательством РФ требованиям	Заключение № 12 о соответствии (несоответствии) объекта защиты требованиям пожарной безопасности от 11.08.2015 г. Главного управления МЧС России по Тверской области Управления надзорной деятельности и профилактической работы

Г. Справка о библиотечно-информационном обеспечении основной образовательной программы 42.03.01 - Реклама и связи с общественностью

Индекс дисциплины по учебному плану	Наименование дисциплины	Литература, указанная в рабочих программах (выходные данные, ссылка на ЭБС)
Б1.О.01	История (история России, всеобщая история)	<p>Основная литература: Моисеев В. В. История России: учебник / В.В. Моисеев. - М. : Директ-Медиа, 2014. - 901 с. - ISBN 978-5-4458-6475-2. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=239980</p> <p>Лысак И. В. История России [Электронный ресурс]: краткий конспект лекций/ Лысак И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2014.— 175 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/23590.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература:</p>

		<p>История России : учебник / под ред. Г.Б. Поляка. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 687 с. : ил. - (Cogito ergo sum). - ISBN 978-5-238-01639-9. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115299</p> <p>Пономарев М.В. Современная история [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пономарев М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Прометей, 2013.— 190 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24027.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.02	Философия	<p>Основная литература: Батурин В. К. Философия : учебник для бакалавров / В.К. Батурин. - М. : Юнити-Дана, 2016. - 343 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02753-1. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426490</p> <p>Философия : учебное пособие / Н.П. Коновалова, Т.С. Кузубова, Р.В. Алашеева, и др. ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 216 с. : ил., табл., схем. - ISBN 978-5-7996-1162-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275803</p> <p>Дополнительная литература: Философия : учебник / Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации ; под ред. В.П. Ратникова. - 6-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 671 с. - (Серия «Золотой фонд российских учебников»). - Библ. в кн. - ISBN 978-5-238-02531-5. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446491</p> <p>Философия : учебное пособие / под ред. Ч.С. Кирвеля. - Минск : Вышэйшая школа, 2013. - 528 с. - ISBN 978-985-06-2386-7. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=235672</p>
Б1.О.03	Иностранный язык	Основная литература:

		<p>Английский язык для гуманитариев [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям/ М.В. Золотова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 368 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52608.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Ачкасова Н.Г. Немецкий язык для бакалавров [Электронный ресурс]: учебник для студентов неязыковых вузов/ Ачкасова Н.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.— 312 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/20980.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Попов Е.Б. Иностранный язык для делового общения. Английский язык [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Попов Е.Б.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2013.— 72 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/16673.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дальке С.Г. Немецкий язык [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дальке С.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный институт сервиса, 2013.— 90 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/18259.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.04	Русский язык и культура речи	<p>Основная литература: Русский язык и культура речи : учебное пособие / М.В. Невежина, Е.В. Шарохина, Е.Б. Михайлова и др. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00860-0.-[Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117759</p> <p>Голуб И.Б. Русский язык и культура речи [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Голуб И.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: Логос, 2014.— 432 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39711.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Костромина Е.А. Русский язык и культура речи : учебное пособие / Е.А. Костромина, Ю.В. Барковская. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2014. - 156</p>

		<p>с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3085-3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=272559</p> <p>Русский язык и культура речи [Электронный ресурс]: курс лекций для бакалавров всех направлений/ — Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 72 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/54478.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.05	Безопасность жизнедеятельности	<p>Основная литература: Хван Т. А. Безопасность жизнедеятельности : учебное пособие / Т.А. Хван, П.А. Хван. - 11-е изд. - Ростов-н/Д : Феникс, 2014. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271593</p> <p>Дополнительная литература: Аполлонский С. М. Безопасность жизнедеятельности человека в электромагнитных полях : учебное пособие / С.М. Аполлонский, Т.В. Каляда, Б.Е. Синдаловский. - СПб. : Политехника, 2012. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=120862</p>
Б1.О.06	Физическая культура и спорт	<p>Основная литература: Физическая культура и физическая подготовка [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, курсантов и слушателей образовательных учреждений высшего профессионального образования МВД России/ И.С. Барчуков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 431 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52588.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Сахарова Е.В. Физическая культура [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сахарова Е.В., Дерина Р.А., Харитонов О.И.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград, Саратов: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2013.— 94 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11361.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.07	Введение в методологию научного исследования	<p>Основная литература: Новиков А.М. Методология научного исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Новиков А.М., Новиков Д.А.— Электрон. текстовые</p>

		<p>данные.— М.: Либроком, 2010.— 280 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8500.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Мокий, В. С. Методология научных исследований. Трансдисциплинарные подходы и методы : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / В. С. Мокий, Т. А. Лукьянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 170 с. — (Бакалавр и магистр. Модуль). — ISBN 978-5-534-05207-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/441285</p> <p>Дополнительная литература: Лавриненко, В. Н. Исследование социально-экономических и политических процессов : учебник для бакалавров / В. Н. Лавриненко, Л. М. Путилова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 251 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3369-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/426173</p>
Б1.О.08	Информационно – коммуникационные технологии в профессиональной сфере	<p>Основная литература: Персова М. Г. Современные компьютерные технологии [Электронный ресурс]: конспект лекций/ Персова М.Г., Соловейчик Ю.Г., Домников П.А.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 80 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/45025.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Гринберг А. С. Информационный менеджмент : учебное пособие / А.С. Гринберг, И.А. Король. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. - (Профессиональный учебник: Информатика). - Библиогр.: с. 292-295. - ISBN 5-238-00614-4. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=11442</p> <p>Дополнительная литература: Полынская, Г. А. Информационные системы маркетинга : учебник и практикум для академического бакалавриата / Г. А. Полынская. — Москва :</p>

		<p>Издательство Юрайт, 2019. — 370 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02686-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/432973</p> <p>Пугач П. А. Информатика и математика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов высших учебных профессиональных заведений, обучающихся по специальности 030501.65 Юриспруденция/ Пугач П.А., Тарасова И.М.— Электрон. текстовые данные.— Владивосток: Владивостокский филиал Российской таможенной академии, 2010.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/25749.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.09	Социальное взаимодействие в командной работе	<p>Основная литература: Социальная психология : учебник / под ред. А.М. Столяренко. - 3-е изд., доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2016. - 431 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02844-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446598.</p> <p>Корягина Н. А. Социальная психология : учебник для бакалавров / Н. А. Корягина, Е. В. Михайлова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 492 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3024-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/444265</p> <p>Дополнительная литература: Психология лидерства: лидерство в социальных организациях : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А. С. Чернышев [и др.] ; под общей редакцией А. С. Чернышева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08262-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/442248.</p> <p>Организационная культура : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Г. Смирнова [и др.] ; под редакцией В. Г. Смирновой. —</p>

		Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 306 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-01440-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/432946 .
Б1.О.10	Стратегии личностно-профессионального развития	<p>Основная литература: Мансуров Р.Е. Настольная книга Большого руководителя [Электронный ресурс]: как на практике разрабатывается стратегия развития/ Мансуров Р.Е.— Электрон. текстовые данные.— М.: Инфра-Инженерия, 2015.— 208 с. http://www.iprbookshop.ru/23317.html</p> <p>Нестерова О.В. Управление стрессами [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Нестерова О.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012.— 320 с. http://www.iprbookshop.ru/17051.html</p> <p>Дополнительная литература: Стивен Кови Жизнь, используя семь навыков [Электронный ресурс]: истории мужества и вдохновения/ Стивен Кови— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 261 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/42089.html — ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Кириллов И. Стресс-серфинг [Электронный ресурс]: стресс на пользу и в удовольствие/ Кириллов И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 210 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/41437.html — ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.11	Теория и практика рекламы	<p>Основная литература: Синяева И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/425190</p> <p>Федотова Л. Н. Реклама: теория и практика : учебник для академического бакалавриата / Л. Н. Федотова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 391</p>

		<p>с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-8299-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/433005</p> <p>Ткаченко Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422</p> <p>Дополнительная литература: Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02309-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438</p> <p>Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг: учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044</p>
Б.1.О.12	Теория и практика PR	<p>Основная литература: Булатова С.Н. Теория и практика связей с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Булатова С.Н.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012.— 80 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/22113.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Маслова В. М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.: с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502</p>

		<p>Дополнительная литература:</p> <p>Квят А.Г. Методологические основы связей с общественностью [Электронный ресурс]: курс лекций/ Квят А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Омск: Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2012.— 175 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24901.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, публик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044</p> <p>Минаева Л.В. Связи с общественностью. Составление документов. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минаева Л.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8972.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.13	Теория и практика брендинга	<p>Основная литература:</p> <p>Домнин В. Н. Брендинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. Н. Домнин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 411 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-02980-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/433237</p> <p>Рожков, И. Я. Брендинг : учебник для бакалавров / И. Я. Рожков, В. Г. Кисмерешкин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 331 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3284-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/425868</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>Музыкант В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг :</p>

		<p>учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 352 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09873-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/428806</p> <p>Чернатони Лесли. Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс]: учебник/ Чернатони Лесли, МакДональд Малькольм— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 558 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10493.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.14	Копирайтинг	<p>Основная литература: Судоргина З. Копирайтинг: тексты, которые продаются / З. Судоргина. - Изд. 2-е. - Ростов-н/Д : Феникс, 2014. - 288 с. : ил. - (Бизнес-класс). - ISBN 978-5-222-21909-6. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=256458</p> <p>Преснякова Е. А. Работа копирайтера / Е.А. Преснякова. - М. : Интернет-Университет Информационных Технологий, 2011. - 98 с.-[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=234558</p> <p>Дополнительная литература: Селезнева, Л. В. Подготовка рекламного и рг-текста : учебное пособие для вузов / Л. В. Селезнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-04084-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/438737</p>
Б.1О.15	Разработка и технологии производства коммуникативного продукта	<p>Основная литература: Поляков В. А. Разработка и технологии производства рекламного продукта : учебник и практикум для вузов / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 514 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05261-9. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/432145</p> <p>Маслова В. М. Сфера PR в маркетинге : учебное пособие / В.М. Маслова, И.М. Синяева, В.В. Синяев. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 384 с. - Библиогр.:</p>

		<p>с. 361-363. - ISBN 978-5-238-01179-0. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114502</p> <p>Дополнительная литература: Трищенко Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для академического бакалавриата / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 177 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/445637</p> <p>Синяева, И. М. Реклама и связи с общественностью : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 552 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3181-5. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/425190</p>
Б1.О.16	Политические коммуникации	<p>Основная литература: Пономарев Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пономарев Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2007.— 129 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8918.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Кузнецов П.А. Политическая реклама. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Связи с общественностью»/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 127 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/81729.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Бердников И.П. PR-Коммуникации (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердников И.П., Стрижова А.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 208 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/5959.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.17	Культурология	Основная литература:

		<p>Садохин А. П. Культурология: теория культуры : учебное пособие / А.П. Садохин, Т.Г. Грушевицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 365 с. - (Cogito ergo sum). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00780-9. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115400</p> <p>Никитич Л. А. Культурология : учебное пособие / Л.А. Никитич. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. - (Экзамен). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01626-9. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115387</p> <p>Дополнительная литература: Культурология. История мировой культуры: хрестоматия : учебное пособие / А.Н. Маркова, Е.М. Сквориова, С.Д. Бородина и др. ; под ред. А.Н. Марковой. - 2-е изд., стер. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 607 с. : ил. - (Cogito ergo sum). - ISBN 978-5-238-01397-8. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115381</p> <p>Культурология: история мировой культуры : учебник / Ф.О. Айсина, И.А. Андреева, Н.О. Воскресенская и др. ; под ред. А.Н. Марковой. - 2-е изд., стер. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 598 с. : ил. - (Cogito ergo sum). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01377-0. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115385</p>
Б1.О.18	Искусство и литература	<p>Основная литература: Садохин А. П. Мировая культура и искусство : учебное пособие / А.П. Садохин. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. - (Cogito ergo sum). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02207-9. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115026</p> <p>Руднев В. Н. Русская литература XIX века. А.С. Грибоедов, А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Н.В. Гоголь [Электронный ресурс]: курс лекций/ Руднев В.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский новый университет,</p>

		<p>2012.— 176 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21312.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Копцева Н.П. Теория культуры / Н.П. Копцева, К.В. Резникова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Сибирский федеральный университет. - Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2014. - 152 с. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-7638-2950-1. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=364613</p> <p>Рабинович В. С. История зарубежной литературы XIX века: Романтизм : учебное пособие / В.С. Рабинович ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 90 с. - ISBN 978-5-7996-1139-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=275944</p> <p>Турьшева О. Н. История зарубежной литературы XIX века: Реализм / О.Н. Турьшева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2014. - 77 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-7996-1138-5. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=276008</p>
Б1.О.19	Социология массовых коммуникаций	<p>Основная литература: Фененко Ю. В. Социология управления : учебник / Ю.В. Фененко. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 215 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02151-5. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436702</p> <p>Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд., перераб. -</p>

		<p>М. : Дашков и Ко, 2013. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02089-6. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819</p> <p>Дополнительная литература: Социология [Электронный ресурс]: учебное пособие/ А.А. Акмалова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, Юриспруденция, 2014.— 414 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/23038.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Фомичева И.Д. Социология СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Фомичева И.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 360 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8858.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.20	Психология массовых коммуникаций	<p>Основная литература: Гуревич П. С. Психология рекламы : учебник / П.С. Гуревич. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 271 с. - (Учебники профессора П.С. Гуревича). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00936-4. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118129</p> <p>Измайлова М. А. Психология рекламной деятельности : учебник / М.А. Измайлова. - 3-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 444 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02557-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453265</p> <p>Дополнительная литература: Панкратов Ф. Г. Основы рекламы : учебник / Ф.Г. Панкратов, Ю.К. Баженов, В.Г. Шахурин. - 14-е изд., перераб. и доп. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 538 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01804-6. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454093</p>

Б1.О.21	Технологии управления общественным мнением	<p>Основная литература: Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709</p> <p>Дополнительная литература: Китчен Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546</p>
Б1.О.22	Основы медиапланирования	<p>Основная литература: Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование : учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин ; под общ. ред. Ф.И. Шаркова. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 486 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01185-6. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454107</p> <p>Бузин В. Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3 ; То же [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785</p> <p>Дополнительная литература: Мельникова Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний [Электронный ресурс]/ Мельникова Н.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 180 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/6000.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.23	Основы теории коммуникации	<p>Основная литература: Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт</p>

		<p>современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02089-6. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819</p> <p>Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044</p> <p>Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 . -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>Бужин В. Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бужин, Т.С. Бузина. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785</p>
Б1.О.24	Современный дизайн и компьютерная графика	<p>Основная литература:</p> <p>Григорьева И.В. Компьютерная графика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Григорьева И.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Прометей, 2012.— 298 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/18579.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>Перемитина Т.О. Компьютерная графика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Перемитина Т.О.— Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, Эль Контент, 2012.— 144 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/13940.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.О.25	Введение в профессию	Основная литература:

		<p>Марочкина С. С. Введение в специальность : реклама / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; С.С. Марочкина; Л.М. Дмитриева; Е.В. Азарова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01657-3. - Электронный ресурс. - Режим доступа. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757</p> <p>Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983</p> <p>Дополнительная литература: Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39114.html</p>
Б1.О.26	Правоведение	<p>Основная литература: Мухаев Р.Т. Правоведение [Электронный ресурс]: учебник для студентов, обучающихся по неюридическим специальностям/ Мухаев Р.Т.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.— 431 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/20988.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Маилян С.С. Правоведение [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов неюридического профиля/ Маилян С.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 415 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52046.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Мархгейм М. В. Правоведение : учебник / М.В. Мархгейм, М.Б. Смоленский, Е.Е. Тонков ; под ред. М.Б. Смоленского. - 11-е изд., испр. и доп. - Ростов-н/Д : Феникс, 2013. - 416 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-222-20044-5. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271501</p>

		<p>Братановский С. Н. Правоведение : учебник / С.Н. Братановский. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 471 с. - Библ. в кн. - ISBN 978-5-238-02705-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446910</p>
Б1.О.27	Фотомастерство	<p>Основная литература: Молочков В.П. Основы цифровой фотографии [Электронный ресурс]/ Молочков В.П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016.— 187 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39558.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Хилько Н.Ф. Фотомастерство : учебное пособие / Н.Ф. Хилько. - Омск : Издательство ОмГУ, 2011. - 207 с. - ISBN 978-5-7779-1355-5. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=237482</p> <p>Дополнительная литература: Брайан Петерсон В поисках кадра. Идея, цвет и композиция в фотографии [Электронный ресурс]/ Брайан Петерсон— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.— 159 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57641.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Пименов В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для среднего профессионального образования / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 159 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11405-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/445234 (дата обращения: 05.08.2019).</p>
Б1.О.ДВ.01	Элективные дисциплины по физической культуре и спорту	<p>Основная литература: Физическая культура и физическая подготовка [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, курсантов и слушателей образовательных учреждений высшего профессионального образования МВД России/ И.С. Барчуков [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА,</p>

		<p>2015.— 431 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52588.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Сахарова Е.В. Физическая культура [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сахарова Е.В., Дерина Р.А., Харитонов О.И.— Электрон. текстовые данные.— Волгоград, Саратов: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2013.— 94 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11361.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.01	Экономика	<p>Основная литература: Гребнев Л. С. Экономика для бакалавров : учебник / Л.С. Гребнев. - М. : Логос, 2013. - 240 с. - ISBN 978-5-98704-655-5. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233720</p> <p>Нуралиев С. У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. - 431 с. : табл., схемы, граф. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02412-2. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=419345</p> <p>Дополнительная литература: Поляк Г.Б. Региональная экономика [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Поляк Г.Б., Тупчиенко В.А., Барменкова Н.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.— 463 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/52050.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Воробьева И.П. Экономика [Электронный ресурс]: учебник/ Воробьева И.П., Громова А.С., Рыжкова М.В.— Электрон. текстовые данные.— Томск: Томский политехнический университет, 2013.— 198 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/34736.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.02	Взаимодействие с государственными институтами и	<p>Основная литература: Маркетинг PR и рекламы : учебник / И.М. Синяева, В.М. Маслова, О.Н. Романенкова, В.В. Синяев ; под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана,</p>

	технологии лоббирования	<p>2015. - 495 с. : табл., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02194-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114709</p> <p>Пономарев Н.Ф. Политические коммуникации и манипуляции [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Пономарев Н.Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2007.— 129 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8918.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Китчен Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546</p>
Б1.В.03	Мастер-класс «Реклама и связи с общественностью в деятельности государственных структур»	<p>Основная литература: Связи с общественностью в органах власти : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В. А. Ачкасова [и др.] ; под редакцией В. А. Ачкасовой, И. А. Быкова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 163 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-07448-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/442202</p> <p>Крупенков В.В. Государственные и бизнес-коммуникации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Крупенков В.В., Мамедова Н.А., Грачев А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2011.— 117 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10650.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39114.html</p> <p>Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М.</p>

		<p>Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983</p>
Б1.В.04	Семиотика в рекламе и связях с общественностью	<p>Основная литература: Елина Е.А. Семиотика рекламы (2-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Елина Е.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2016.— 137 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57150.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Миловидов В. А. От семиотики текста к семиотике дискурса : пособие по спецкурсу / В.А. Миловидов. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - 129 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-5228-2 . - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=426555</p> <p>Дополнительная литература: Махлина С.Т. Семиотика культуры и лингвистика [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Махлина С.Т.— Электрон. текстовые данные.— СПб.: Издательство СПбКО, 2010.— 468 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11264.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Тимашева О.В. Введение в теорию межкультурной коммуникации / О.В. Тимашева. - 2-е изд., стер. - М. : Флинта, 2014. - 192 с. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-9765-1777-6 . - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=375538</p>
Б1.В.05	Коммуникации в кризисной ситуации	<p>Основная литература: Шарков Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации : учебник / Ф.И. Шарков ; Международная академия бизнеса и управления, Институт современных коммуникационных систем и технологий. - 4-е изд., перераб. - М. : Дашков и Ко, 2013. - 488 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02089-6. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=255819</p>

		<p>Шарков Ф. И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 324 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-00792-7. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044</p> <p>Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6 . -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>Бузин В. Н. Медиапланирование: теория и практика : учебное пособие / В.Н. Бузин, Т.С. Бузина. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 492 с. : табл., граф., ил., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01769-3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114785</p>
Б1.В.06	Государственное и общественное регулирование рекламно-информационной деятельности	<p>Основная литература:</p> <p>Богацкая С.Г. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Богацкая С.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Университетская книга, 2007.— 368 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/9059.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 334 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60411.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Романов А.А. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Романов А.А., Каптюхин Р.В., Маркова М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2010.— 416 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11068.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература:</p>

		<p>Постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» [Электронный ресурс]/ Д.С. Бадалов [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Статут, 2012.— 463 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/28975.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Зверева Е.В. Проблемы правового регулирования брендинга в Российской Федерации [Электронный ресурс]/ Зверева Е.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Когито-Центр, 2004.— 60 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/15582.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Минбалеев А.В. Правовое регулирование рекламной деятельности [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минбалеев А.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Юриспруденция, 2012.— 223 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8056.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.07	Теория и практика массовой информации	<p>Основная литература: Киселёв А. Г. Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть : учебник / А.Г. Киселёв. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 431 с. - ISBN 978-5-238-01742-6. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436719</p> <p>Киселёв А.Г. Теория и практика массовой информации. Общество-СМИ-власть [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Связи с общественностью»/ Киселёв А.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 431 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/81693.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Шарков Ф.И. Коммуникология. Теория и практика массовой информации [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Шарков Ф.И., Силкин В.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2017.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70848.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.08	Интегрированные маркетинговые	<p>Основная литература: Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд.,</p>

	<p>коммуникации в Интернет</p>	<p>перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 301 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04238-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/432128.</p> <p>Алашкин П. Все о рекламе и продвижении в Интернете [Электронный ресурс]/ Алашкин П.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2016.— 220 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/49301.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Шпаковский В.О. Интернет-журналистика и интернет-реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С.— Электрон. текстовые данные.— М.: Инфра-Инженерия, 2018.— 248 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/78258.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Бердышев С.Н. Секреты эффективной интернет-рекламы [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Бердышев С.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018.— 121 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75200.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Вирин Ф. Интернет-маркетинг [Электронный ресурс]: полный сборник практических инструментов/ Вирин Ф.— Электрон. текстовые данные.— М.: Манн, Иванов и Фербер, Эксмо, 2012.— 288 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39654.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
<p>Б1.В.09</p>	<p>Мастер-класс «Реклама и связи с общественностью в бизнесе»</p>	<p>Основная литература: Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8976.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Кузнецов П.А. Public Relations. Связи с общественностью для бизнеса [Электронный ресурс]: практические приемы и технологии/ Кузнецов П.А.—</p>

		<p>Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 295 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/85403.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Связи с общественностью. Теория, практика, коммуникативные стратегии [Электронный ресурс]: учебное пособие/ С.А. Шомова [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2011.— 198 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8968.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Связи с общественностью и реклама. Часть 1. Рекламоведение [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс по специальности 0712701 «Библиотечно-информационная деятельность»/ — Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2012.— 40 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/29701.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.10	<p>Мастер-класс «Проектирование креативного продукта»</p>	<p>Основная литература: Ткаченко Н. В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 . - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422</p> <p>Котлер Филип Латеральный маркетинг: технология поиска революционных идей [Электронный ресурс]/ Котлер Филип, Фернандо Триас де Бес— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2019.— 208 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/82704.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Марусева И.В. Творческая реклама. Приемы и методы ее создания (художественно-аналитическое исследование) [Электронный ресурс]: монография/ Марусева И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 304 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/38999.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>

Б1.В.11	История рекламы и связей с общественностью	<p>Основная литература: Ученова В. В. История рекламы : учебник / В.В. Учёнова, Н.В. Старых. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 495 с. : ил. - ISBN 978-5-238-01462-3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115298</p> <p>Савельева О.О. Всеобщая история рекламы [Электронный ресурс]: учебник для бакалавров/ Савельева О.О., Трубникова Н.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2019.— 452 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/85355.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>Васильева Л.А. Реклама [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Васильева; Л.А. Васильева. - Саратов : Вузовское образование, 2016. - 102 с. - Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39114.html</p> <p>Марочкина С. С. Введение в специальность : реклама / С. С. Марочкина, Л. М. Дмитриева, Е. В. Азарова; С.С. Марочкина; Л.М. Дмитриева; Е.В. Азарова. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 239 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01657-3. - Электронный ресурс. - Режим доступа. - http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114757</p> <p>Чумиков А. Реклама и связи с общественностью : профессиональные компетенции / А. Чумиков, М. Бочаров, С. Самойленко; А. Чумиков; М. Бочаров; С. Самойленко. - Москва : Издательский дом «Дело», 2016. - 521 с. - ISBN 978-5-7749-1135-6. - Электронный ресурс. - Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=442983</p>
Б1.В.12	Мастер-класс «Проектирование в рекламе и связях с общественностью»	<p>Основная литература: Ткаченко Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2. -</p>

		<p>[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422</p> <p>Дополнительная литература: Марусева И.В. Дипломное проектирование в области PR и рекламы : учебное пособие / И.В. Марусева. - М. ; Берлин : Директ-Медиа, 2015. - Ч. 2. Практикум. - 751 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-3961-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=271838</p>
Б1.В.13	Дизайн, корпоративная идентичность и фирменный стиль	<p>Основная литература: Зотов В. В. Бренд-решения : учебное пособие / В.В. Зотов. - М. : Евразийский открытый институт, 2011. - 80 с. - ISBN 978-5-374-00466-3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90812</p> <p>Овчинникова Р.Ю. Дизайн в рекламе. Основы графического проектирования [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям 070601 «Дизайн», 032401 «Реклама»/ Овчинникова Р.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.— 239 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/74886.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Кузнецов П. А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403</p>
Б1.В.14	Стилистика и литературное редактирование в рекламе и связях с общественностью	<p>Основная литература: Руженцева Н. Б. Стилистика и литературное редактирование рекламных и PR-текстов : учебное пособие / Н.Б. Руженцева. - М. : Флинта, 2011. - 181 с. - ISBN 978-5-9765-1217-1. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83470</p> <p>Дополнительная литература: Кушнерук С. П. Документная лингвистика : учебное пособие / С.П. Кушнерук. - 4-е изд., стереотип. - М. : Флинта, 2011. - 130 с. - ISBN 978-</p>

		5-9765-0213-0. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83382
Б1.В.15	Организация работы отделов рекламы и связей с общественностью	<p>Основная литература: Евстафьев В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник / В.А. Евстафьев, А.В. Молин. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 512 с. : табл., граф., схемы - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр.: с. 477-488. - ISBN 978-5-394-02549-5. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=385767</p> <p>Горяева Е.Г. Организация работы отдела по связям с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горяева Е.Г.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2009.— 80 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/44976.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Китчен Ф. Паблик рилейшнз : учебное пособие / Ф. Китчен ; пер. Е.Э. Лалаян. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 454 с. : схем., табл. - (Зарубежный учебник). - ISBN 5-238-00603-9. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114546</p>
Б1.В.16	Основы менеджмента	<p>Основная литература: Основы менеджмента : учебник / под ред. В.В. Лукашевич, И.В. Бородушко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 271 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-01061-3. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=118632</p> <p>Эриашвили Н. Д. Основы менеджмента [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8111.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература:</p>

		Герчикова И. Н. Менеджмент : учебник / И.Н. Герчикова. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 510 с. : табл., схемы - (Золотой фонд российских учебников). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01095-3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114981
Б1.В.17	Коммуникационный менеджмент современной компании	<p>Основная литература: Марусева И.В. Коммуникационный менеджмент в вопросах и ответах (подготовка к экзамену) [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов/ Марусева И.В.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2016.— 144 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/39000.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Коммуникационный менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский институт бизнеса, Вузовское образование, 2009.— 137 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/11327.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Грачев А.С. PR-служба компании (2-е издание) [Электронный ресурс]: практическое пособие/ Грачев А.С., Грачева С.А., Спирина Е.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012.— 160 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/5960.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.18	Планирование и реализация кампании по рекламе и связям с общественностью в различных сферах	<p>Основная литература: Малькевич А. А. Организация и проведение кампаний в сфере связей с общественностью : учебное пособие для академического бакалавриата / А. А. Малькевич. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 109 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-534-09415-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/441313.</p> <p>Шарков Ф.И. Реклама и связи с общественностью. Коммуникативная и интегративная сущность кампаний [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И., Родионов А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.:</p>

		<p>Академический Проект, 2007.— 302 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/36536.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Сайкин Е.А. Организация и проведение кампаний в связях с общественностью [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Сайкин Е.А., Сергеева З.Н.— Электрон. текстовые данные.— Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2014.— 84 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/44973.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.19	Мастер-класс «Работа с текстами в рекламе и связях с общественностью»	<p>Основная литература: Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии [Электронный ресурс]/ Кузнецов П.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2018.— 132 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/85382.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Луговой Д.Б. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Луговой Д.Б.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский федеральный университет, 2017.— 131 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75579.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Судоргина З. Копирайтинг [Электронный ресурс]: тексты, которые продаются/ Судоргина З.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.— 282 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/58953.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Кузнецов П.А. Современные технологии коммерческой рекламы : практическое пособие / П.А. Кузнецов. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 296 с. : схем., ил., табл. - ISBN 978-5-394-01068-2. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=345403</p>
Б1.В.20	Нейминг	<p>Основная литература: Луговой Д.Б. Копирайтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Луговой Д.Б.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь: Северо-Кавказский</p>

		<p>федеральный университет, 2017.— 131 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/75579.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Судоргина З. Копирайтинг [Электронный ресурс]: тексты, которые продаются/ Судоргина З.— Электрон. текстовые данные.— Ростов-на-Дону: Феникс, 2014.— 282 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/58953.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.21	Технологии аргументации в рекламе и связях с общественностью	<p>Основная литература: Рузавин Г.И. Основы логики и аргументации [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по гуманитарно-социальным специальностям/ Рузавин Г.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 320 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8109.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Кузина Е.Б. Лекции по теории аргументации [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Кузина Е.Б.— Электрон. текстовые данные.— М.: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2007.— 136 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/13090.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Москвин, В. П. Риторика и теория аргументации : учебник для вузов / В. П. Москвин. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 725 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09710-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/42844</p> <p>Непряхин Н. Убеждай и побеждай: Секреты эффективной аргументации [Электронный ресурс]/ Непряхин Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2019.— 252 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/82351.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.22	Основы режиссуры и сценарное мастерство	<p>Основная литература: Анашкина Н. А. Режиссура телевизионной рекламы : учебное пособие / Н.А. Анашкина ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - М. : Юнити-Дана, 2012. - 209</p>

		<p>с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01317-6. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117144</p> <p>Фрумкин Г.М. Сценарное мастерство. Кино – телевидение – реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Фрумкин Г.М.— Электрон. текстовые данные.— М.: Академический Проект, 2016.— 224 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/60094.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Пронин А.А. Введение в драматургию и сценарное мастерство [Электронный ресурс]: учебник/ Пронин А.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 210 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/79898.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.23	Основы маркетинга	<p>Основная литература: Минько Э. В. Маркетинг : учебное пособие / Э.В. Минько, Н.В. Карпова. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 351 с. : табл., граф., схемы - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-01223-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114714</p> <p>Пичурин И.И. Основы маркетинга. Теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)», «Маркетинг»/ Пичурин И.И., Обухов О.В., Эриашвили Н.Д.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 383 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8110.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник / под ред. Ю.В. Морозова, В.Т. Гришиной. - 9-е изд. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 446 с. : табл., схемы, граф. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02263-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=418086</p>
Б1.В.24	Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	<p>Основная литература: Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М. : Издательско-торговая корпорация</p>

		<p>«Дашков и К^о», 2017. - 294 с. : ил. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-01470-3. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454102</p> <p>Коротков А.В. Маркетинговые исследования: учебное пособие / А.В. Коротков. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 303 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00810-4. -[Электронный ресурс]. -Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119143</p> <p>Дополнительная литература: Брезгина К.В. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Брезгина К.В., Антинескул Е.А., Ясырева А.А.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 141 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/83809.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Наумова Л.М. Проектирование маркетинговых исследований : учебное пособие / Л.М. Наумова ; Поволжский государственный технологический университет. - Йошкар-Ола : ПГТУ, 2014. - 248 с. : табл., граф., ил. - Библиогр.: с. 209-211. - ISBN 978-5-8158-1425-7. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=439278</p>
Б1.В.25	Внемедийные коммуникации	<p>Основная литература: Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации. Реклама, паблик рилейшнз, брендинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Шарков Ф.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2016.— 324 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/5249.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование [Электронный ресурс]: учебник/ Шарков Ф.И., Бузин В.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2018.— 486 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/85187.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / под ред. И.М. Синяевой. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 504 с. - (Magister). - Библиогр. в кн. -</p>

		ISBN 978-5-238-02309-0. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=119438
Б1.В.26	Брендинг территорий	<p>Основная литература: Маркетинг территорий: учебник и практикум для академического бакалавриата / О. Н. Жильцова [и др.] ; под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 258 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-03593-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/432781</p> <p>Кириянова Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций : учебное пособие для магистратуры / Л. Г. Кириянова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 264 с. — (Университеты России). — ISBN 978-5-9916-9266-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: https://www.biblio-online.ru/bcode/434442</p> <p>Дополнительная литература: Чернатони Лесли Брендинг. Как создать мощный бренд [Электронный ресурс]: учебник/ Чернатони Лесли, МакДональд Малькольм— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 558 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10493.— ЭБС «IPRbooks» Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью. Имидж, репутация, бренд [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Чумиков А.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2012.— 159 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8976.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.В.ДВ.01.01	История русской литературы	<p>Основная литература: Руднев В. Н. Русская литература XIX века. А.С. Грибоедов, А.С. Пушкин, М.Ю. Лермонтов, Н.В. Гоголь [Электронный ресурс]: курс лекций/ Руднев В.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Российский новый университет, 2012.— 176 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/21312.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература:</p>

		Садохин А. П. Мировая культура и искусство : учебное пособие / А.П. Садохин. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 415 с. - (Cogito ergo sum). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-238-02207-9. -[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115026
Б1.В.ДВ.01.02	История и актуальные проблемы журналистики	<p>Основная литература: Дымова И. Актуальные проблемы современности и журналистика : учебное пособие / И. Дымова, Г. Щербакова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Оренбургский государственный университет». - Оренбург : ОГУ, 2012. - 132 с. ; То же [Электронный ресурс]. - URL: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=259174</p> <p>Тертычный А.А. Аналитическая журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Тертычный А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 352 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/8856.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Калмыков А.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика»/ Калмыков А.А., Коханова Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 383 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/34458.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б1.ДВ.02.01	Консалтинг в рекламной деятельности и связях с общественностью	<p>Основная литература: Токмакова Н. О. Менеджмент-консалтинг [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Токмакова Н.О., Андриянова М.В.— Электрон. текстовые данные.— М.: Евразийский открытый институт, 2009.— 271 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10780.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Шарков Ф. И. Коммуникология: коммуникационный консалтинг : учебное пособие / Ф.И. Шарков. - М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. - 407 с. : табл. - Библиогр.: с. 375-379. - ISBN 978-5-394-01969-2. -</p>

		[Электронный ресурс]. - Режим доступа: //biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453046
Б1.ДВ.02.02	Деловое общение	<p>Основная литература: Титова Л.Г. Деловое общение [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Титова Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 271 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/10495.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Ивлева Т.Н. Деловое общение [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс дисциплины для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 (071800.62) «Социально-культурная деятельность», профили подготовки: «Менеджмент социально-культурной деятельности», «Социально-культурные технологии в индустрии досуга», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»/ Ивлева Т.Н.— Электрон. текстовые данные.— Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2014.— 92 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/55224.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б2.О.01 (У)	Профессионально-ознакомительная практика	<p>Основная литература: Организация и проведение практик [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 92 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69651.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Минько Э.В. Организация учебно-производственных практик и итоговой аттестации студентов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минько Э.В., Минько А.Э.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 58 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70615.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б2.В.01.01 (П)	Профессионально-творческая практика	<p>Основная литература: Организация и проведение практик [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 92 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69651.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>

		<p>Дополнительная литература: Минько Э.В. Организация учебно-производственных практик и итоговой аттестации студентов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минько Э.В., Минько А.Э.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 58 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70615.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б2.В.01.02 (Пд)	Преддипломная практика	<p>Основная литература: Организация и проведение практик [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие/ — Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 92 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/69651.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Минько Э.В. Организация учебно-производственных практик и итоговой аттестации студентов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минько Э.В., Минько А.Э.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 58 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70615.html.— ЭБС «IPRbooks»</p>
Б3.01 (Д)	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы	<p>Основная литература: Галактионова Л.В. Учебно-методические основы подготовки выпускной квалификационной работы [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов/ Галактионова Л.В., Русанов А.М., Васильченко А.В.— Электрон. текстовые данные.— Оренбург: Оренбургский государственный университет, ЭБС АСВ, 2014.— 98 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/33662.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Минько Э.В. Организация учебно-производственных практик и итоговой аттестации студентов [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Минько Э.В., Минько А.Э.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017.— 58 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/70615.html.— ЭБС «IPRbooks»</p> <p>Дополнительная литература: Рекомендации по написанию и оформлению курсовой работы, выпускной квалификационной работы и магистерской диссертации [Электронный</p>

		ресурс]: учебно-методическое пособие/ Е.В. Зудина [и др.]— Электрон. текстовые данные.— Волгоград: Волгоградский государственный социально-педагогический университет, 2016.— 57 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/57785.html .— ЭБС «IPRbook
--	--	---

**Д. Справка о современных профессиональных базах данных и информационных справочных системах ООП
42.03.01 - Реклама и связи с общественностью**

№ п/п	Вид информационного ресурса	Наименование информационного ресурса	Адрес (URL)
1.	ЭБС	«ZNANIUM.COM»	www.znanium.com
2.	ЭБС	«ЮРАИТ»	www.biblio-online.ru
3.	ЭБС	«Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/
4.	ЭБС	IPRbooks	http://www.iprbookshop.ru/
5.	ЭБС	«Лань»	http://e.lanbook.com
6.	ЭБС	BOOK.ru	https://www.book.ru/

7.	ЭБС	ТвГУ	http://megapro.tversu.ru/megapro/Web
8.	Научная электронная библиотека	eLIBRARY.RU (подписка на журналы)	https://elibrary.ru/projects/subscription/rus_titles_open.asp?
9.	Архив	Репозиторий ТвГУ	http://eprints.tversu.ru
10.	ЭБ	Виртуальный читальный зал диссертаций Российской государственной библиотеки (РГБ)	http://diss.rsl.ru/
11.	Журналы	Журналы издательства Taylor&Francis	http://tandfonline.com/
12.	Патентная база	Патентная база компании QUESTEL- ORBIT	https://www.orbit.com/
13.	БД	INSPEC EBSCO Publishing	http://web.b.ebscohost.com/ehost/search/basic?sid=e7fb50ae1091-42b7-9d26-43e3a1eb4f4d%40sessionmgr102&vid=0&hid=107
14.	БД	Scopus	https://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic
15.	БД	Web of Science	http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F51xbbgjnOdTHHnpOs&preferencesSaved=
16.	ЭБ	Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда	http://lib.myilibrary.com/Browse.aspx
17.	Архивы	Архивы журналов издательства Oxford University Press	http://archive.neicon.ru/xmlui/

18.	Архивы	Архивы журналов издательства Sage Publication	http://archive.neicon.ru/xmlui/
19.	Архивы	Архивы журналов издательства Annual Reviews	http://archive.neicon.ru/xmlui/
20.	БД	Polpred.com Обзор СМИ	http://www.polpred.com/
21.	СПС	СПС КонсультантПлюс	(в сети ТвГУ)
22.	ИПС	ИПС «Законодательство России»	http://pravo.fso.gov.ru/ips.html
23.	Каталог	Сводные каталоги фондов российских библиотек АРБИКОН, МАРС	http://arbicon.ru/
24.	Каталог	Сводные каталоги фондов российских библиотек КОРБИС	http://corbis.tverlib.ru/catalog/

Финансовые условия реализации ООП 42.03.01 Реклама и связи с общественностью - набор 2019года

Составляющие базовых нормативных затрат	%
<p>Затраты на оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда ППС, непосредственно связанных с оказанием государственной услуги, включая страховые взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в соответствии с трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права</p>	61,68
<p>Затраты на приобретение материальных запасов и особо ценного движимого имущества, потребляемого (используемого) в процессе оказания государственной услуги с учетом срока полезного использования (в том числе затраты на арендные платежи)</p>	0,21
<p>Затраты на формирование в установленном порядке резерва на полное восстановление состава ОЦДИ, используемого в процессе оказания госуслуги (основных средств и нематериальных активов, амортизируемых в процессе оказания услуги), с учетом срока их полезного использования</p>	2,25
<p>Затраты на приобретение учебной литературы, периодических изданий, издательских и полиграфических услуг, электронных изданий, непосредственно связанных с оказанием соответствующей государственной услуги</p>	0,50

Затраты на организацию учебной и производственной практики, в том числе затраты на проживание и оплату суточных для обучающихся, проходящих практику, и сопровождающих их работников образовательной организации, за исключением затрат на приобретение транспортных услуг	2,07
Затраты на повышение квалификации ППС, в том числе связанные с наймом жилого помещения и дополнительные расходы, связанные с проживанием вне места постоянного жительства (суточные) ППС на время повышения квалификации, за исключением затрат на приобретение транспортных услуг	0,30
Затраты на прохождение ППС периодических медицинских осмотров	0,72
Затраты на коммунальные услуги, в том числе затраты на холодное и горячее водоснабжение и водоотведение, теплоснабжение, электроснабжение, газоснабжение и котельно-печное топливо	6,31
Затраты на содержание объектов недвижимого имущества (в том числе затраты на арендные платежи)	4,92
Затраты на содержание объектов особо ценного движимого имущества	0,52
Сумма резерва на полное восстановление состава объектов особо ценного движимого имущества, необходимого для общехозяйственных нужд, формируемого в установленном порядке в размере начисленной годовой суммы амортизации по указанному имуществу	0,75

Затраты на приобретение услуг связи, в том числе, затраты на местную, междугороднюю и международную телефонную связь, интернет	0,08
Затраты на приобретение транспортных услуг, в том числе на проезд ППС до места прохождения повышения квалификации и обратно, на проезд до места прохождения практики и обратно для обучающихся, проходящих практику, и сопровождающих их работников образовательной организации	0,29
Затраты на оплату труда и начисления на выплаты по оплате труда работников образовательной организации, которые не принимают непосредственного участия в оказании государственной услуги (административно-хозяйственного, учебно-вспомогательного персонала и иных работников, осуществляющих вспомогательные функции), включая страховые взносы в Пенсионный фонд Российской Федерации, Фонд социального страхования Российской Федерации и Федеральный фонд обязательного медицинского страхования, страховые взносы на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний в соответствии с трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права	16,11
Затраты на организацию культурно-массовой, физкультурной и спортивной, оздоровительной работы со студентами	3,29
Итого базовые нормативные затраты	100,00

V. Образовательные технологии

Для реализации ООП и с целью повышения качества образования, мотивационной составляющей обучающихся, в образовательном процессе используются современные образовательные технологии.

Теперь образование все более ориентируется на создание таких технологий и способов влияния на личность, в которых обеспечивается баланс между социальными и индивидуальными потребностями, и, которые, запуская механизм саморазвития (самосовершенствования, самообразования), обеспечивают готовность личности к реализации собственной индивидуальности и изменениям общества.

Основная тенденция развития образования – технологизация имеет глобальный характер и направлена одновременно на повышение эффективности образовательных систем и уменьшение затрат на достижение результатов.

Применяемые в образовании инновации можно подразделить на:

1. инновационные идеи
2. инновационные проекты
3. инновационные продукты
4. инновационные технологии

Соответственно, следует формировать инновационную культуру и технологии обучения как на уровне формирования педагогических технологий и компетенций, так и на уровне технологий самообразования.

1. На уровне формирования комплекса инновационных идей следует отметить сформировавшуюся на ОП модель системы инновационного обучения, т.е. обучения, стимулирующего инновационные изменения, реагирующего на проблемные ситуации, возникающие в профессиональной деятельности специалиста по рекламе.

2. Из сложившейся модели системы инновационного образования вытекает необходимая потребность в инновационных проектах, реагирующих на практические потребности в профессиональной сфере – рекламе и связях с общественностью, создающих проблемное поле рекламного образования и обучения. В первую очередь для реализации данной потребности необходимы инновационные формы обучения, которые формируют активную, самостоятельную и инициативную позицию учащихся; развивают общеучебные умения и навыки: исследовательские, рефлексивные, самооценочные; формируют умения, непосредственно сопряженные с опытом их применения в практической деятельности (компетенции); приоритетно направлены на развитие познавательного интереса; реализуют принцип связи обучения с жизнью, реализуют направленность на результат, как внешний - готовый продукт, который можно увидеть, осмыслить, применить в практической деятельности, так и внутренний – опыт деятельности.

В числе подобных инновационных форм обучения на ОП активно применяются:

Игровые технологии – различные деловые, ролевые игры

Проектная технология - метод проектов

Дискуссионные технологии (форум, симпозиум, дебаты, аквариумная дискуссия, круглый стол, фасилитированная и т.д.)

Методы группового решения творческих задач (метод Дельфи, метод 6–6, метод развивающей кооперации, мозговой штурм (метод генерации идей), нетворкинг и т.д.)

Метод case-study

Портфолио

Имитационные упражнения (Баскет-метод)

Мастер-классы

Тренинг

Частично-поисковый (эвристический, сократический) метод

Исследовательский метод

Информационные (цифровые)

Технологии развития критического мышления

Технологии развития дизайн-мышления

Активное слушание

Лекция (традиционная, проблемная, лекция-визуализация, лекция вдвоем, лекция-консультация, лекция с запланированными ошибками и т.д.)

Начиная с 1 курса профессиональное обучение строится таким образом, чтобы создать предпосылки для формирования проблемно-поисковой учебной деятельности, развить исследовательские умения, аналитические и творческие способности, научить студента моделировать процесс исследования и получать субъективно новый результат. Например, в рамках учебной дисциплины - «Теория и практика рекламы» студенты проводят аналитическое исследование особенностей восприятия рекламы целевыми группами (осваивая проблему существования и восприятия рекламы в современном обществе), маркетинговые исследования и др. исследования, самостоятельно работают над созданием рабочего определения и функций рекламы, выступают в дискуссионной деятельности (например, по проблемам этики в рекламе и др.). Теоретический материал по основам специальности («Введение в профессию») осваивается в виде деловой игры «Рекламное агентство», вместе с решением проблемных (ситуационных) задач, которые помогают формированию практикоориентированной деятельности студента.

Активно используются имитационные упражнения (Баскет-метод), которые моделируют определенные рабочие ситуации посредством специально созданных условий, помогая получить опыт, сравнимый с реальной жизнью. Это, например, ролевые игры по теме «Рекламная служба организации», «Рекламный менеджмент» и др.

Следующим этапом развития инновационных методик обучения являются технологии, нацеленные на закрепление профессиональных знаний и навыков посредством

- мозгового штурма (например, по проблемам, связанным с созданием рекламного продукта, по теме «Проектирование креативного продукта» и многое др.) и иных методик развития креативного мышления

- деловых игр (по дисциплине «Основы медиапланирования», «Копирайтинг», «Разработка и технологии производства коммуникативного продукта» и др.)

- тренингов (по проблемам психологии рекламной деятельности, дизайна рекламы, сценарного мастерства и др.)

- проектного метода (например, работа над созданием и реализацией рекламного брифа на разработку креативной концепции, на разработку бренда в дисциплинах Теория и практика брендинга», «Брендинг территорий», «Проектирование в рекламе и связях с общественностью», «Проектирование креативного продукта» и др.)

- мастер-классов, по разным проблемам науки и практики рекламы (в рамках дисциплин специальности, проводимых узкими специалистами)

В результате инновационных идей и проектов обучения создаются конкретные инновационные продукты по специальности – рекламные ролики (ТВ и Интернет-ролики), сайты, постеры, рекламно-полиграфическая продукция, проекты рекламных кампаний и др. (осуществляемые как в учебных, так и профессионально-практических целях) и закрепляются инновационные технологии.

Внедрение мультимедийных и аудио-визуальных средств в современный образовательный процесс является актуальным направлением

модернизации образования. Все курсовые работы и ВКР выполняются студентами с использованием компьютерных технологий. В учебном процессе, в частности при выполнении ВКР, предусмотрена возможность использования информационной связи – Интернета, для чего оборудован учебный класс. Практически по всем дисциплинам применяется современное информационно-программное обеспечение.

Сотрудники кафедры и студенты имеют доступ к международной информационной сети Интернет через Интернет-центр ТвГУ. Студентам кафедры доступны компьютерные библиотечные каталоги и современные базы данных, разнообразные научные подписки. По всем дисциплинам ОП преподаватели рекомендуют для использования электронные учебники и базы данных. Преподавателями базовых профессиональных дисциплин рекомендуются различные электронные ресурсы по ОП, в том числе электронные журналы по различным проблемам науки о рекламе, специализированные сайты. В обучении активно используются электронные учебники. Преподаватели разрабатывают электронные курсы разных форматов.

В ТвГУ создана электронная образовательная среда (ЭОС), целью которой является информационное и методическое обеспечение образовательного процесса в соответствии с требованиями к реализации государственных программ. ЭОС на основе современных информационных технологий создает единое информационное и коммуникативное пространство. ЭОС обеспечивает доступ обучающегося из любой точки к учебным планам, рабочим программам дисциплин, практик и др., к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочих программах. ЭОС фиксирует ход образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий. ЭОС используется в формировании электронного портфолио обучающегося (с сохранением работ

обучающихся, рецензий и оценок на эти работы). ЭОС создает условия для организации взаимодействия между участниками образовательного процесса, в том числе синхронного и (или) асинхронного посредством сети Интернет.

Средства диагностики знаний студентов. По многим учебным дисциплинам составлены и внедрены тестовые формы контроля знаний студентов. Проводится тестирование разных типов (рейтинговое, промежуточное). Диагностика знаний студентов также проводится при помощи разнообразных технологий, в том числе case-study, проектного метода и пр.

VI. Социально-культурная и научно-образовательная среда

Тверской государственной университет располагает возможностями и условиями для развития личностных качеств, социально-личностных компетенций и профессиональных навыков обучающихся, удовлетворения их индивидуальных образовательных, исследовательских и культурных запросов, расширения кругозора, созданных помимо ООП.

Университет располагает культурно-досуговым центром, спортивным клубом «Атлант», центром студийной работы, действуют университетские СМИ (телестудия «Универ-ТВ», университетский хронограф, информационный портал «Ориентир», проект «Вот это радио», интернет-портал «Универ», студенческий информационный канал «Злые Волки»), центр студенческих инициатив, созданы студенческие объединения, творческие коллективы, студии (театр-студия «Зеркало», центр славянской культуры, студия контента мультимедиа «Аллегория», фотоклуб «Фотосессия», Клуб Веселых и Находчивых, хор *Secundum* и др.), работает туристический клуб «Горизонт», спортивные секции, проводится огромное количество мероприятий разной направленности (культурно-массовые, общественные, спортивные, профилактические, здоровьесберегающие, экскурсионные и пр.)

В ТвГУ работает единственный в регионе Центр развития молодёжных волонтерских программ, отмечен президентской наградой за вклад в подготовку Олимпиады.

В ТвГУ активно работает студенческое самоуправление и различные виды студенческой активности на основе самоорганизации:

Студенческий совет ТвГУ, студенческие советы факультетов, студенческие советы общежитий, профсоюзная организация студентов, старостат, студенческое объединение «Молодёжный корпус ТвГУ», добровольческое студенческое объединение «Силы добра ТвГУ», студенческий педагогический отряд «Смена», немецкий театр, студия литературного мастерства «Вербалис», студенческое научное общество филологического факультета, фольклорно-этнографическое научное краеведческое студенческое объединение филологического факультета, молодёжный клуб Русского географического общества в ТвГУ, студенческий проект «PRO работу», тверская модель местного самоуправления, студенческое объединение культорганизаторов, студенческий совет по качеству образования, научный клуб «Бакалавру.net» и др.

Университет предоставляет возможности участия в социальных и социально-культурных проектах университета: Студенческая весна, игры КВН, Молодёжный театральный фестиваль «Вдохновение», фестиваль молодых вокалистов ТвГУ, Туристический слет ТвГУ «Студенческий порыв», Конкурс красоты «Королева университета», Арт-площадка «Творческая гостиная», Интеллектуальный марафон ТвГУ, Экологический проект «ЭкоВУЗ», Ориентир 2019 — курс подготовки активистов ТвГУ, Тверской квест первокурсника, Академия безопасности, Лагерь актива ТвГУ, Спорт+Универ и многих других.

На факультете студенты ОП принимают активное участие в мероприятиях: День Знаний, Дни открытых дверей, «Студент и студентка года», издание студенческой газеты «Абзац» («ФилФакты»), «Литературные вечера на филологическом», Экватор, Студенческая весна, выпускные мероприятия, студенческое шествие и иные мероприятия в рамках Дней славянской

письменности и культуры, студенческая научная конференция, профессиональные конкурсы, организуемые кафедрой, и др. мероприятия.

ТвГУ предоставляет возможности академической мобильности студентам. Традиционно сильны связи с университетами ФРГ, Болгарии, Финляндии, Франции и др. Университеты-партнеры, с которыми заключены договоры о сотрудничестве: Университет города Оснабрюк (ФРГ), Университет Альберта Людвига (ФРГ), Русский Дом науки и культуры в г. Берлине (ФРГ) , Университет Поля Валери (Франция), Университет Блез Паскаля (Франция), Университет им. св. Кирилла и Мефодия (Болгария), Академии экономики «Д.А. Ценов» (Болгария), Университет Восточной Финляндии (Финляндия), Алексантери институт университета Хельсинки (Финляндия), Университет г. Тампере (Финляндия), Университет прикладных наук Лауреа (Финляндия), Университет г. Турку (Финляндия) , Университет г. Гент (Бельгия), RLUS (Университет Глазго) (Великобритания), Лодзинский университет (Польша), Белградский университет (Сербия), Сямыньский университет (Китай), Актюбинский региональный государственный университет имени К.Жубанова (Казахстан), Белорусский государственный университет им. Максима Танка (Беларусь), Рурский университет г. Бохума (ФРГ), Университет Востоковедения (Неаполь, Италия), Гомельский государственный университет имени Франциска Скорины (Беларусь), Ереванский государственный университет (Армения), Актюбинский университет им. С.Баишева (Казахстан).

Между университетом Оснабрюка и ТвГУ оформлен билатеральный договор, по которому ТвГУ принимает на годичное обучение студентов университета Оснабрюк, в свою очередь, университет Оснабрюка предоставляет место на семестровое обучение для студентов ТвГУ. Договор регулярно пролонгируется, что, несомненно, подтверждает прогрессивную тенденцию сохранения имеющихся контактов с целью их расширения и упрочения. В 2018-2019 г. в ТвГУ обучались на образовательной программе

«Реклама и связи с общественностью» две немецких студентки по данной программе.

Кафедра регулярно организывает и проводит профессиональные научные конференции, на настоящий момент проведено четыре научные конференции «Реклама и современный мир» с участием студентов, две последние – в статусе международных.

Кафедра стала организатором конференции в ТвГУ, посвященной «Образовательному дню» 42-го Всемирного конгресса Международной рекламной ассоциации (IAA) и организатором участия делегации студентов, преподавателей ТвГУ и молодых специалистов по рекламе в мероприятиях «Образовательного дня» 42-го Всемирного конгресса Международной рекламной ассоциации (IAA) в Кремлевском дворце.

Студенты участвуют в региональных, всероссийских научных конференциях и конкурсах, 1 человек участвовал в международной конференции. За время работы ООП студенты победили в 3 международных конкурсах по специальности. Студенты ООП «Реклама и связи с общественностью» участвуют и побеждают в конкурсе грантов Благотворительного фонда В.Потанина, в молодежном инновационном форуме «Селигер», в Дельфийских играх и т.п.

ТвГУ, по инициативе ООП, стал вузом участником проекта Российского центра учебных кейсов (подробнее: http://www.case-center.ru/project_concept/). Российский центр учебных кейсов, учредителем которого является Высшая школа менеджмента ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», заключил соглашение о сотрудничестве с филологическим факультетом ГОУ ВПО «Тверской государственный университет». Соглашение предполагает взаимный обмен учебными кейсами для их использования в преподавательской практике. Теперь студентам, обучающимся по направлению подготовки «Реклама и связи с общественностью», а также другим направлениям гуманитарных, социальных

и экономико-управленческих групп подготовки, станет более доступно обучение с использованием кейс-метода.

Студенты ОП «Реклама и связи с общественностью» участвовали в международных программах студенческой мобильности: Summer Work and Travel Program (США), в обучении по программам обмена ТвГУ.

– перечни он-лайн курсов и других элементов внешних образовательных программ (включая программы дополнительного образования), которые могут быть включены в индивидуальные учебные планы обучающихся:

- *Программы Интернет-маркетинга с профильного сайта GeekUniversity* (платно) - <https://geekbrains.ru/courses>;

- *Курсы «Нетологии» по интернет-маркетингу* (платно) - <https://netology.ru/navigation/?direction=marketing>

BIG DATA с нуля (<https://netology.ru/programs/big-data>), *Контент-маркетинг: создание и реализация успешной медиастратегии* (<https://netology.ru/programs/kontent-marketing>)

Бесплатные ресурсы

- *С платформы Coursera:*

Психология коммуникации (на рус. яз.) - <https://www.coursera.org/learn/psikhologiya-kommunikacii>

Менеджмент профессиональной траектории - <https://www.coursera.org/learn/management-proftraektorii>

Основы бухгалтерского учета и аудита - <https://www.coursera.org/learn/osnovy-bukhgalterskogo-audita>

Цифровой маркетинг и социальные сети - <https://www.coursera.org/learn/cifrovoj-marketing>

Специализация Основы Digital Маркетинга - <https://www.coursera.org/specializations/fundamentals-digital-marketing>

Маркетинговая стратегия в digital среде (Digital marketing strategy) - <https://www.coursera.org/learn/digital-marketing-strategy>

«Ловцы человеков» или социальные сети в медиа, бизнесе, рекрутинге и образовании - <https://www.coursera.org/learn/sotsialnaya-set>

- Курсы с платформы «Открытое образование»:

История и теория медиа - <https://openedu.ru/course/hse/MEDIA/>

Дизайн-методология: управление вдохновением - <https://openedu.ru/course/spbu/DSGNMT/>

Наука о данных и аналитика больших объемов данных - <https://openedu.ru/course/spbstu/BIGDATA/>

Поведение потребителей в культурном туризме - <https://openedu.ru/course/hse/PPKT/>

Телекоммуникационные и компьютерные технологии в рекламе и связях с общественностью - <https://openedu.ru/course/spbu/TCT/>

Цифровой маркетинг и социальные сети - <https://openedu.ru/course/spbstu/DIGMARK/>

Экономическая психология - <https://openedu.ru/course/hse/ECPSY/>

История рекламных инструментов - <https://openedu.ru/course/hse/HISTAD/>

Социальные медиа - <https://openedu.ru/course/tgu/SMEDIA/>

Трехмерная визуализация - <https://openedu.ru/course/ITMOUniversity/3DVIS/>

Маркетинг-менеджмент - <https://openedu.ru/course/hse/MARKMAN/>

Маркетинг - <https://openedu.ru/course/hse/MARK/>

Основы бизнеса - <https://openedu.ru/course/spbu/BUSART/>

Социальная психология - <https://openedu.ru/course/hse/SOCPSY/>

Основы права - <https://openedu.ru/course/hse/FUNDLAW/>

Введение в историю искусства - <https://openedu.ru/course/hse/ART/>

Общая социология - <https://openedu.ru/course/hse/GSOC/>

- Курс «Лекториума»:

Гениальность. Одаренность. Посредственность (ТГУ) -
<https://www.youtube.com/playlist?list=PL-cKNuVAYAWjTl0Dxk6LjsqYzXKFxK1K>

- Программы с портала «Фонд президентских грантов»:

Социальное проектирование: от идеи до президентского гранта – <https://xn--80asdbjdcwjs4g.xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/>

VII. Особенности организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В соответствии с «Требованиями к организации образовательного процесса для обучения лиц с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья в профессиональных образовательных организациях, в том числе оснащённости образовательного процесса» (утверждены Минобрнауки 26.12.2013г. № 06-2412 вн) в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Тверском государственном университете» проводится комплекс мероприятий, направленных на интеграцию студентов с особыми потребностями в общеуниверситетский образовательный процесс.

В вузе закупается специализированное оборудование, разрабатываются локальные нормативные документы, учебно-методические комплексы, вводятся дополнительные дисциплины, факультативные курсы, проводятся мероприятия оздоровительной и реабилитационной направленности с учетом нозологий заболеваний студентов. При реализации образовательных программ для лиц с инвалидностью и ОВЗ применяются принципы интегрированного обучения, тьюторского сопровождения и использования дистанционных технологий освоения отдельных учебных дисциплин.

Для учащихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата и нарушением зрения в корпусах вуза создается безбарьерная архитектурная среда: имеются подъездные пандусы к входам, санитарно-бытовые помещения, таблички Брайля, гусеничный подъёмник. Для оперативного реагирования на

возможные проблемы со здоровьем для студентов действуют медицинские пункты.

Информационные материалы по инклюзивному обучению, мерам социальной поддержки студентов-инвалидов размещены на сайте вуза. Сам сайт имеет версию для слабовидящих, позволяющую лицам с ограничениями зрения просматривать страницы и документы с увеличенной контрастностью и шрифтом, в том числе, пользуясь специальными устройствами для чтения с экрана.

Тверской государственный университет сотрудничает с ГКУК «Тверская областная специальная библиотека для слепых им. М.И. Суворова», которая, согласно заключенному договору, предоставляет при необходимости специализированное оборудование для лиц с ограничениями по зрению и слуху при проведении приемных компаний.

Сотрудники вуза проходят повышение квалификаций в области инклюзивного образования, участвуют в семинарах, форумах по данной проблематике.



Тверской государственный университет продолжает расширять инклюзивное пространство и наращивать свою технологическую оснащенность, закупая и устанавливая оборудование, которое может быть использовано в процессе обучения студентами-инвалидами различных нозологий.

На настоящий момент на ООП «Реклама и связи с общественностью» не обучаются лица с инвалидностью и ограниченными возможностями здоровья.



Список разработчиков и экспертов ООП

Образовательная программа разработана профессорско-преподавательским составом Тверского государственного университета при участии работодателей.

Разработчики:

№ п.п.	ФИО	Должность	Подпись
1.	Брызгалова Е.Н.	Заведующий кафедрой журналистики, рекламы и связей с общественностью, профессор	
2.	Смелова М.В.	Доцент кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью	

Эксперты:

№ п.п.	ФИО	Должность / место работы	Подпись
1.	Зеленов Д.В.	Генеральный директор ООО РТРП «ТВ-Пилот»	
2.	Девяткина Е.А.	Директор ТНТ «Тверской проспект-Регион»	



IX. Лист дополнений и изменений

№ п/п	Раздел ООП	Описание внесенных дополнений и изменений	Реквизиты документа, утвердившего изменения
1.	Учебные планы	Утверждение учебных планов ООП бакалавриата - Реклама и связи с общественностью в коммерческом секторе (3-4 к., 2018, 2017) -Реклама и связи с общественностью в коммерческой сфере» (1-2 к., 2020, 2019)	Протокол № 9 заседания Ученого совета ФГБОУ ВО «Тверской государственной университет» от 20 мая 2020 г.
2.	III. Документы, регламентирующие содержание и организацию образовательного процесса при реализации образовательной программы	Отменен раздел «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена» для набора 2018 г.	Протокол № 5 заседания Ученого совета филологического факультета от 21 января 2021 г.

