


УТВЕРЖДАЮ
Декан исторического факультета

_____ Р.М. Фролов
17 мая 2022 года

Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) Реклама и связи с общественностью
Прием 2022 год

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Всеобщая история»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Всеобщая история» относится к социально-гуманитарному модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- создание у студентов целостного представления о всемирной истории, начиная с возникновения человечества и заканчивая началом XX в.;
- овладение студентами понятийным аппаратом всеобщей истории, ориентация в исторической периодизации, в комплексах источниковой информации;
- понимание студентами теоретико-методологических проблем всемирной истории, получение конкретных знаний по данному курсу;
- создание у студентов целостного представления об особенностях и характере политического, социального и экономического развития западной цивилизации в целом, так и отдельных государств в частности;
- стимулирование самостоятельной аналитической работы.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 акад. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1	Введение в историю первобытного общества.
2	Антропогенез.
3	Ранняя родовая община.
4	Возникновение производящего хозяйства. Поздняя родовая община.
5	Соседская первобытная община.
6	Культура первобытного общества.
7	Введение в историю Древнего мира: хронология, терминология,

	концепции.
8	Древняя Месопотамия.
9	Древний Египет.
10	Древняя Индия.
11	Древний Китай.
12	Древняя Греция.
13	Античный Рим.
14	Средние века: проблемы восприятия и содержания.
15	Византийская империя.
16	Франки и становление Франции в V-XV вв.
17	Германские земли в IX-XV вв.
18	Англия в VI-XV вв.
19	Основные тенденции развития стран Западной Европы в XVI в.
20	Особенности перехода Западноевропейских государств от Средневековья к Новому времени.
21	Английская буржуазная революция XVII в.
22	Американская война за Независимость и образование США.
23	Великая Французская революция.
24	История стран Западной Европы и США в 1815-1918 гг.
25	Международные отношения в 1815-1918 гг.
26	Особенности развития стран Западной Европы и США в 1918-1945 гг.
27	Международные отношения в 1918-1939 гг. Вторая мировая война (1939-1945 гг.).
28	Международные отношения в 1945 – 1963 гг.
29	Разрядка международной напряжённости во 2 пол. 1960-х – 1970-х гг.
30	Причина и характер нового витка противостояния 1980-1985 гг. Проблема «евроракет».
31	Окончание холодной войны (1985-1991 гг.).

5. Формы промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Психология общения»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Психология общения» относится к социально-гуманитарному модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: развитие культуры общения, формирование у обучающихся соответствующих психологических качеств деловой коммуникации в устной и письменной формах.

Задачи дисциплины: изучение общих законов и приемов вербальной и невербальной коммуникации, развитие навыков публичного выступления, формирование конфликтологической компетентности, владение стратегиями эффективного межличностного и делового взаимодействия.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1	Введение в психологию.
2	Общение как категория психологии. Коммуникативная функция общения.
3	Перцептивная и интерактивная функции общения.
4	Деловое общение.
5	Общение и личность.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Историческая социология»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Историческая социология» относится к социально-гуманитарному модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление слушателей с основами исторической социологии, с понятийным аппаратом, с историей становления науки об обществе;
- приобретение слушателями знаний о взаимодействии социологии и истории;
- формирование глубоких знаний и развитие теоретического междисциплинарного мышления и начальных практических навыков в социальной сфере.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в социологию
2.	Развитие зарубежной социологии
3.	Развитие социологических знаний в нашей стране
4.	Общество
5.	Социальные структуры
6.	Социальные взаимодействия и процессы
7.	Социальные изменения и социальное развитие
8.	Личность и общество
9.	Структура и процесс социологического исследования

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Философия»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Философия» относится к социально-гуманитарному модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование целостного системного мышления через приобщение к философской культуре на основе изучения традиций мировой философской мысли и ее современного состояния, как на уровне персоналий, так и на уровне ведущих направлений, тенденций, школ;
- формирование критического мышления, обеспечивающего ориентацию человека в условиях современной динамики общественных и экономических процессов;
- формирование навыка критического анализа и философского осмысления информации из различных источников в контексте культурного и идеологического многообразия, современных глобальных процессов и перспектив развития цивилизации;
- раскрытие и развитие интеллектуально-мыслительного потенциала человека, способствующего становлению духовности, активности, адаптивности, осознанности в выборе профессиональных и жизненных ценностей.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 ак.часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Предмет философии, ее место и роль в культуре. Структура и содержание философского знания.
2.	Античная философия.
3.	Философия Средних веков и эпохи Возрождения.
4.	Философия Нового времени.
5.	Отечественная философская мысль.
6.	Основные направления развития философии в XIX-XXI вв.
7.	Философская антропология и социальная философия. Критический анализ глобальных проблем современности.
8.	Промежуточная аттестация

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Экономика»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Экономика» относится к социально-гуманитарному модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление обучающихся с теоретическими основами и закономерностями функционирования рыночной экономики на микроуровне и макроуровне, выделением ее специфики, раскрытие принципов соотношения методологии и методов экономического познания;
- изучение экономических явлений и процессов в контексте целостного представления об обществе и соотнесения их с картиной исторического развития, раскрытие структуры и особенностей предмета, современного теоретического экономического знания и процесса принятия экономических решений.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 ак. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Возникновение и развитие экономики.
2.	Теория спроса и предложения. Рыночное равновесие. Государство и рынок.
3.	Эластичность спроса и предложения.
4.	Теория потребительского поведения.
5.	Производство экономических благ. Издержки производства.
6.	Фирмы и рынки.
7.	ВВП и методы его измерения.
8.	Нарушение макроэкономического развития: инфляция и безработица.
9.	Модель совокупного спроса и совокупного предложения (AD – AS).
10.	Экономический рост и его измерение.
11.	Промежуточная аттестация

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Политическая история России в XX веке»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Политическая история России в XX веке» относится к социально-гуманитарному модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- получение глубоких знаний по истории общественно-политических организаций России XX в.;

- ознакомление с особенностями возникновения и деятельностью основных политических партий и общественных организаций России, их идейно-политической ориентацией, ролью и местом в политической системе общества на различных этапах его развития в обозначенный период.

В процессе усвоения содержания курса «Политическая история России в XX веке» студенты должны научиться использовать метод сравнительного исторического анализа при изучении политических программ, идейно-политической ориентации, состава партий и общественных организаций России на всех этапах ее развития, в том числе и на нынешнем этапе формирования многопартийной системы.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Вводная лекция.
2.	Предшественники политических партий и общественных организаций в России. Общественно-политические организации России в начале XX в. (1901–1904 гг.).
3.	Формирование многопартийной системы в России в годы первой российской революции (1905–1907 гг.).
4.	Политические партии и общественные организации России в межреволюционный период (1908–1916 гг.).
5.	Возникновение новой многопартийности в период революций 1917 г.
6.	Установление однопартийной системы в России и основные этапы деятельности коммунистической партии (РСДРП (б), РКП (б), ВКП (б), КПСС) в период с 1918 по 1985 гг.
7.	От «неформального движения» к формированию многопартийности в современной России (1985 г. – по настоящее время).

5. Форма промежуточной аттестации: зачет

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы права»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы права» относится к социально-гуманитарному модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с правом как регулятором общественных отношений, с основными правовыми понятиями и конструкциями, с нормами основных отраслей российского законодательства,
- формирование у студентов основ юридического мышления и повышение общего уровня правосознания и правовой культуры,
- формирование способности использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности, при разработке и реализации проектов выбирать способы решения задач, исходя из действующих правовых норм,
- формирование представлений о неприемлемости коррупционного поведения во всех сферах общественной жизни, навыков осуществления деятельности с соблюдением антикоррупционного законодательства.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академ. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Юридическая наука как отрасль обществознания
2.	Государство
3.	Право
4.	Конституционное право
5.	Гражданское право
6.	Семейное право
7.	Трудовое право
8.	Административное право
9.	Уголовное право
10.	Экологическое право
11.	Правовое регулирование в сфере рекламы
12.	Правовые основы противодействия коррупции

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современный русский язык»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Современный русский язык» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

– повышение уровня культуры речевого поведения в сферах устной и письменной коммуникации;

– формирование необходимых языковых, социокультурных знаний в области коммуникативной компетенции будущего специалиста (виды общения, вербальные и невербальные средства коммуникации, принципы коммуникационного сотрудничества и т.д.);

– формирование практических умений в области стратегии и тактики речевого поведения в различных формах и видах коммуникации (письменные, устные формы и жанры речи; монологический, диалогический, полилогический виды речи).

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Язык и речь. Основные языковые единицы. Структура национального языка. Функциональные стили современного русского языка.
2.	Официально-деловой стиль как основа деловой коммуникации.
3.	Основные единицы речевого общения. Виды общения. Законы общения. Вербальные и невербальные средства общения.
4.	Понятие делового документа. Виды деловых документов.
5.	Особенности деловой переписки.
6.	Культура речи. Основные аспекты культуры речи.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«История мировых брендов»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «История мировых брендов» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- знакомство с основными понятиями в области брендинга;
- приобретение базовых знаний по истории мировых брендов;
- приобретение первичных навыков анализа составляющих бренда.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в дисциплину: основные понятия.
2.	Бренды в сфере общественного питания (рестораны).
3.	Бренды продуктов питания.
4.	Бренды напитков.
5.	Бренды в медиа.
6.	Бренды в сфере технологий, техники и строительства.
7.	Автомобильные бренды.
8.	Бренды одежды и аксессуаров.
9.	Бренды косметики.
10.	Бренды товаров для дома, игрушек.
11.	Бренды в фарминдустрии.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Иностранный язык»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Иностранный язык» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование компетенции, позволяющей осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на иностранном языке с учетом особенностей официального и неофициального стилей общения и социокультурных различий, а также переводить профессиональные тексты с иностранного языка на государственный.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 ак. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Вводно-коррективный курс
2.	Лексика по темам: - Образование, учеба в университете - Компьютерные технологии – атрибут современного мира - Английский язык как средство государственного и международного общения - Проблемы экологии
3.	Грамматика: - Существительное; местоимение; прилагательное; наречие; модальные глаголы и эквиваленты модальных глаголов.
4.	Лексика по темам: - Этническое и культурное многообразие в мире - Проблемы молодежи в странах изучаемого языка - Политическое устройство США и Великобритании
5.	Грамматика: - Глагол (времена, залог). Особенности употребления и перевода пассивных конструкций на русский язык.
6.	Грамматика: сложные предложения согласование времен.
7.	Лексика по темам: - Электоральные системы в странах изучаемого языка - Транснациональные компании - Искусство публичного выступления
8.	Грамматика: - Неличные формы глагола - Условные предложения. Сослагательное наклонение.
9.	Темы: Перечень тем для беседы: - История развития журналистики и PR; - Профессиональные аспекты написания и редактирования текстов в СМИ и PR службах; - Актуальные проблемы, освещаемые в современных СМИ; - Журналистская этика.
10.	Коммуникативно- грамматические конструкции в диалогической и монологической устной речи.
11.	Лексика по устным темам:

	<ul style="list-style-type: none"> - Маркетинг как процесс. Составляющие маркетингового процесса. - Роль рекламы для маркетинга; - Продвижение товаров и услуг; - Брендирование товаров и услуг; - Источники и каналы коммуникации; - Креативные стратегии развития организации; - Роль СМИ в стратегии развития организации; - Роль Интернета в стратегии развития организации.
12.	Структура и стиль делового письма. Типы деловых писем. Тематика деловой корреспонденции в работе рекламных служб и службы связей с общественностью.
13.	Особенности межкультурного взаимодействия. Приемы и средства успешной презентации для англоязычной аудитории

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «История России»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «История России» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование мировоззрения студентов, понимания хода исторического процесса на основе изучения отечественной истории с древнейших времен до XX века и новейшей отечественной истории;
- приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом;
- содействие формированию глубоких знаний и развитию теоретического мышления, а также практических навыков в сфере научных исследований.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Восточные славяне в древности
2.	Древнерусское государство в X-XII вв.
3.	Феодальная раздробленность Руси
4.	Борьба Руси против монголо-татарских захватчиков в XIII в.
5.	Образование Российского централизованного государства
6.	Россия на рубеже XVI – XVII вв.
7.	Россия в XVI в.
8.	Борьба России с польско-шведской интервенцией в начале XVII в.
9.	Социально-экономическое развитие России в XVII в.
10.	Государственный строй России в XVII в.
11.	Крестьянская война под предводительством Степана Разина
12.	Внешняя политика России в XVII в.
13.	Сибирь в XVII в. Хозяйство и общественный строй народов Сибири
14.	Россия на рубеже XVII – XVIII вв.
15.	Внешняя политика России в первой четверти XVIII в.
16.	Преобразовательная деятельность Петра I
17.	Россия в эпоху дворцовых переворотов
18.	Начало разложения феодально-крепостнического хозяйства (вторая половина XVIII в.)
19.	Внутренняя политика Екатерины II. «Просвещённый абсолютизм»
20.	Крестьянская война в России под предводительством Е.И. Пугачёва
21.	Внешняя политика России во второй половине XVIII в.

22.	России в начале XIX в.
23.	Отечественная война 1812 г.
24.	Движение декабристов
25.	Социально-экономическое развитие России в первой половине XIX в.
26.	Внутренняя политика Николая I
27.	Общественное движение в 30–50-х гг. XIX в.
28.	Буржуазные реформы 60–70 гг. XIX в.
29.	Развитие капитализма в сельском хозяйстве в пореформенный период
30.	Развитие капитализма в промышленности в пореформенный период
31.	Внешняя политика России во второй половине XIX в.
32.	Революционное народничество 70-х– начала 80-х гг. XIX в. Осуждение российским обществом народовольческого террора
33.	Российское общество в 80–90-е гг. XIX в.
34.	Возникновение российской социал-демократии
35.	Россия в конце XIX в. Начало царствования Николая II

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Методы научных исследований в рекламной деятельности»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Методы научных исследований в рекламной деятельности» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление с основными методами научного исследования, с понятийным аппаратом дисциплины, подготовка будущих специалистов к проведению самостоятельных конкретных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью, которые могут иметь как практическое, так и теоретическое значение.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Роль научных исследований в совершенствовании сферы рекламы и связей с общественностью. Направления развития научных исследований в сфере рекламы и связей с общественностью.
2.	Научное исследование. Сущность и особенности. Обоснование актуальности выбранной темы. Определение объекта и предмета исследования.
3.	Методика поиска, оформления и разработки научных исследований. Основные этапы выполнения научно-исследовательской темы.
4.	Методы научного познания: понятие, классификация. Общенаучные методы. Теоретические методы научного познания. Сравнение, абстрагирование, анализ, синтез, моделирование.
5.	Эмпирические методы научного познания. Наблюдение, эксперимент, опрос.
6.	Методы экономических исследований. Бенч-маркинг, фокус-группа, SWOT-анализ. Особенности использования в сфере рекламы и связей с общественностью
7.	Требования к отчету по научной работе. Подготовка, оформление и защита курсовой и дипломной работы. Библиографический поиск литературных источников. Оформление ссылок. Научный язык и научный стиль изложения.
8.	Источники и их группы: законодательство, периодическая печать, статистические материалы, Интернет-ресурсы. Особенности работы с каждым видом источников, методика сбора и обработки информации.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«История культуры (до конца XVII века)»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «История культуры (до конца XVII века)» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с основными закономерностями культурного развития человечества через призму развития его материальной и духовной культуры.
- усвоение студентами специфики эволюции мировой культуры как процесса возникновения и последовательной смены культурно-исторических эпох, выяснение их особенностей, причин возникновения определённых исторически обусловленных художественных направлений, стилей и методов;
- знакомство с выдающимися произведениями мировой культуры различных культурно-исторических эпох от Первобытности до XVII века.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Понятие и содержание культуры.
2.	Первобытная культура.
3.	Культура Древнего Междуречья и Египта.
4.	Культура Античной Греции.
5.	Культура Древнего Рима.
6.	Культура Средневековья.
7.	Культура европейского Возрождения.
8.	Европейская культура XVII века.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«История культуры (XVIII-XIX вв.)»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «История культуры (XVIII-XIX вв.)» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с основными закономерностями культурного развития человечества в XVIII-XIX вв.;
- формирование представлений о стилях и направлениях в искусстве, литературе, музыке и др.;
- ознакомление студентов с крупнейшими деятелями русской и зарубежной культуры.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Европейская культура XVIII в.
2.	Русская культура XVIII в.
3.	Европейская культура первой половины XIX в.
4.	Русская культура первой половины XIX в.
5.	Европейская культура второй половины XIX в.
6.	Русская культура второй половины XIX в.
7.	Европейская культура рубежа XIX-XX в.
8.	Русская культура рубежа XIX-XX в.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Власть и печатные СМИ в XX – начале XXI вв.»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Власть и печатные СМИ в XX – начале XXI вв.» относится к историко-филологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: знакомство студентов с историей взаимодействия власти и печатных СМИ в XX – начале XXI вв.; приобретение общих представлений об основных этапах истории русской периодической печати; формирование представлений об особенностях ее развития в разные исторические периоды.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Российская периодическая печать в начале XX века (до февральской революции 1917 года).
2.	Периодические издания России в условиях буржуазно-демократического государства (февраль – октябрь 1917 г.).
3.	Печатные средства массовой информации первого советского десятилетия (1917 – 1927 гг.)
4.	Отечественная журналистика конца 1920 – 1930-х гг.
5.	Отечественная журналистика в годы Великой Отечественной войны.
6.	Печатные средства массовой информации послевоенного периода (1946 – 1956 гг.)
7.	Средства массовой информации второй половины 1950-х – начала 1980-х гг.
8.	Отечественная журналистика в эпоху Перестройки.
9.	Журналистика новой России.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Цифровые коммуникации»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Цифровые коммуникации» относится к информационно-технологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у обучающихся предусмотренных ФГОС ВО компетенций, углубленных знаний о принципах организации и работы компьютерных сетей и интернет-технологий в индустрии связей с общественностью и рекламе, представлений об основных методах и приёмах эффективного применения сервисов глобальной сети, а также выработке прочных навыков их использования в профессиональной деятельности.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Цифровые коммуникации. Введение. Сущность и виды коммуникаций
2.	Интернет
3.	Основы работы в текстовом процессоре Microsoft Word
4.	Реклама и PR в информационном обществе
5.	Поиск информации в Web
6.	Как работает реклама
7.	Разработка и создание контента для корпоративных и промо-сайтов
8.	Основы работы со средствами создания электронных презентаций
9.	Краудфандинг и краудсорсинг
10.	Вирусные технологии в рекламе и связях с общественностью

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Информационные технологии и базы данных в прикладных коммуникациях» относится к информационно-технологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у обучающихся предусмотренных ФГОС ВО компетенций, углубленных знаний о принципах организации и работы компьютерных сетей и интернет-технологий в индустрии связей с общественностью и рекламе, представлений об основных методах и приёмах эффективного применения сервисов глобальной сети, а также выработке прочных навыков их использования в профессиональной деятельности.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Информационные системы в рекламной практике
2.	Использование информационных технологий в рекламной деятельности
3.	Определение и основные характеристики информационного общества
4.	Базы данных, их использование в рекламе. Подготовка к рекламной кампании с использованием запросов из баз данных
5.	Средства рекламной работы в Интернет Поисковые механизмы, информационные порталы
6.	Маркетинговые исследования в Интернет: опросы on-line
7.	Основы работы в электронных таблицах Microsoft Excel.
8.	Базы данных, их использование в рекламе
9.	Защита информации

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Безопасность в современной информационной среде»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Безопасность в современной информационной среде» относится к информационно-технологическому модулю обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: теоретическая и практическая подготовка бакалавров к деятельности, связанной с применением современных средств и методов защиты информации в повседневной и профессиональной деятельности. Дисциплина дает представление о месте и роли информационной безопасности в современном мире.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Правовые и организационные основы обеспечения информационной безопасности в Российской Федерации. Правовые режимы защиты информации конфиденциального характера. Государственное регулирование деятельности в области защиты информации. Ответственность за нарушения и преступления в сфере Информационной безопасности. Понятие организационной защиты информации. Политика информационной безопасности. Методы обеспечения информационной безопасности.
2.	Архитектура компьютера. История развития средств вычислительной техники. Процессоры. Основная память. Вспомогательная память. Ввод-вывод. Персональные компьютеры vs мобильные устройства.
3.	Основы информационной безопасности в операционных системах. Общий способ хранения и обработки информации в компьютере. Понятия операционной и файловой систем. Субъекты, объекты, методы и права доступа, привилегии субъекта доступа. Дискреционное управление доступом, мандатное управление доступом. Управление доступом в операционных системах семейства Windows, семейства Linux.Идентификация, аутентификация и авторизация. Аутентификация на основе паролей, на основе внешних носителей ключа, биометрическая аутентификация. Реализация аудита в операционных системах семейства Windows.
4.	Основы информационной безопасности в локальных вычислительных сетях. Локальные вычислительные сети. Архитектура и основные протоколы локальных вычислительных сетей. Классификации сетевых угроз, уязвимостей и атак. Модель ISO/OSI. Сетевые атаки на различных уровнях модели ISO/OSI. Классификация вредоносного программного обеспечения. Признаки присутствия вредоносного программного обеспечения. Методы защиты. Методы обнаружения. Антивирусное программное обеспечение. Возможности и ограничения антивирусных программ. Межсетевые экраны (МЭ). Место и роль МЭ в обеспечении сетевой безопасности. Классификация МЭ. Основные возможности МЭ. Достоинства и недостатки МЭ. Построение правил фильтрации. Архитектура, основные характеристики, стек протоколов сетей стандарта Wi-Fi. Основы безопасности беспроводных сетей стандарта Wi-Fi.
5.	Криптографические методы защиты информации. Исторический очерк развития криптографии. Симметричная и асимметричная криптография. Вычислительно сложные задачи математики. Криптосистема RSA. Понятие криптографического протокола. Свойства протоколов, характеризующие их безопасность. Схемы цифровой подписи.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Физическая культура и спорт»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Физическая культура и спорт» относится к модулю, формирующему компетенции физической культуры, обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование компетенций по физической культуре, направленных на развитие личности студента и способности применения средств и методов физической культуры и спорта для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 ак. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Вводная лекция
2.	Физическая культура в общекультурной и профессиональной подготовке студента
3.	Социально–биологические основы физической культуры и спорта.
4.	Основы здорового образа жизни студента. Физическая культура в обеспечении здоровья
5.	Общая физическая и специальная подготовка в системе физического воспитания
6.	Основы методики самостоятельных занятий физическими упражнениями
7.	Спорт, его история и развитие. Олимпийское движение. Характеристика основных видов спорта
8.	Индивидуальный выбор и особенности занятий спортом или системой физических упражнений
9.	Профессионально–прикладная физическая подготовка студентов
10.	Основные спортивные нормативы ГТО, комплекс ГТО в России.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Прикладная физическая культура»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Прикладная физическая культура» относится к модулю, формирующему компетенции физической культуры, обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

– Овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование психических способностей, качеств и свойств личности, самоопределение в физической культуре и спорте;

– Приобретение личного опыта повышения двигательных и функциональных возможностей, обеспечение общей и профессионально-прикладной физической подготовленности к будущей профессии и быту;

– Создание основы для творческого и методически обоснованного использования физкультурно-спортивной деятельности для решения определенных жизненных задач, а также для достижения целей на профессиональном поприще.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 328 академических часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Легкая атлетика.
2.	Общая физическая подготовка с гимнастикой.
3.	Легкая атлетика.
4.	Общая физическая подготовка с гимнастикой.
5.	Легкая атлетика.
6.	Общая физическая подготовка с гимнастикой.
7.	Легкая атлетика.
8.	Общая физическая подготовка с гимнастикой.
9.	Легкая атлетика.
10.	Общая физическая подготовка с гимнастикой.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Безопасность жизнедеятельности»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Безопасность жизнедеятельности» относится к модулю, формирующему основы безопасности жизнедеятельности, обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- обучить студентов оптимальным условиям жизнедеятельности человека в быту и профессиональной деятельности как в повседневных, так и в экстремальных ситуациях; научить охранять и сохранять природную среду для обеспечения устойчивого развития общества в условиях повседневной жизни и при угрозе или возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак.часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Теоретические основы безопасной жизнедеятельности.
2.	Оптимальные условия для жизнедеятельности. Безопасность труда на рабочем месте. Охрана труда.
3.	ЧС природного и техногенного характера и защита от них.
4.	БЖД в условиях военного времени и локальных конфликтов.
5.	Медицинские аспекты безопасной жизнедеятельности, первая помощь пострадавшим.
6.	Терроризм и экстремизм

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Введение в коммуникационные специальности»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Введение в коммуникационные специальности» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- изучение базовых представлений о коммуникационных специальностях (маркетинг, реклама, связи с общественностью), их роли в современном российском и мировом обществе, важнейших этапах истории зарождения, становления и развития как профессиональных отраслей деятельности. В рамках дисциплины подробно рассматриваются в систематизированном виде основные приемы, методы и принципы современных коммуникаций, классификация профессиональных мероприятий и виды служебных документов, организационно-структурное построение основных субъектов маркетинга, рекламы и связей с общественностью.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Система современных публичных коммуникаций
2.	Основные этапы развития публичных коммуникаций во всеобщей и отечественной истории
3.	Управление информацией в публичных коммуникационных процессах
4.	Профессиональные требования к современному специалисту в сфере коммуникаций
5.	Современные медиа-релейшнз
6.	Тексты в современных коммуникациях
7.	Коммуникационные кампании как основная форма по работе с общественностью
8.	Связи с общественностью в государственной и политической сфере
9.	Современные онлайн-коммуникации
10.	Основные термины, принципы и понятия по дисциплине

6. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы теории коммуникации,
включая деловые и межличностные коммуникации»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы теории коммуникации, включая деловые и межличностные коммуникации» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о теории коммуникации;
- формирование глубоких знаний и развитие теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере рекламы и связи с общественностью.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 7 зач. единиц, 252 акад. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Методологические аспекты исследования коммуникации
2.	Коммуникация как предмет исследования и научная дисциплина
3.	Становление, развитие, актуальное состояние теории коммуникации
4.	Теоретические основы, понятийный аппарат науки о коммуникации
5.	Теоретические аспекты коммуникации в XXI веке: интернет-коммуникация
6.	Теория медиакоммуникации в XXI веке
7.	Парадигмы теории связей с общественностью как коммуникационной системы
8.	Теоретические аспекты рекламной коммуникации
9.	Мобильная коммуникация: теоретические аспекты
10.	Теоретические парадигмы интегрированной и конвергентной коммуникации

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика связей с общественностью»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Теория и практика связей с общественностью» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- развитие у обучающихся личностных качеств, а также формирование общекультурных и общепрофессиональных компетенций в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»;
- формирование необходимых знаний о структуре и основных функциях общественных отношений;
- освоение основ теоретических представлений об информационно-коммуникативной деятельности и практических навыках по созданию доверительных отношений, позитивного имиджа и благоприятного мнения о репутации организации;
- обеспечить студентов методологией исследования теоретических проблем и практических задач в области связей с общественностью для достижения согласия и цивилизованных отношений между государством, бизнесом и гражданским обществом.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 8 зачетных единиц, 288 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Теоретические и законодательные аспекты связей с общественностью.
2.	Практические аспекты PR-деятельности.
3.	Неформальные способы регулирования связей с общественностью. Профессиональная этика в PR-деятельности.
4.	Основные организационные структуры связей с общественностью. Влияние PR на общественное мнение.
5.	Международные организации в PR-сфере и их направления работы.
6.	Составляющие PR-деятельности и их особенности функционирования.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика рекламы»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Теория и практика рекламы» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование общепрофессиональных компетенций в изучении основных концепций и методов разработки рекламной продукции, организации и проведения рекламных кампаний и контроля их эффективности, формировании системы взглядов на современную рекламно-информационную деятельность и перспективы её развития в условиях конкурентной среды.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц, 324 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Становление рекламы.
2.	Реклама стран мира.
3.	Международная реклама.
4.	Реклама в изменяющемся мире.
5.	Реклама: сфера производства и размещения.
6.	Взаимодействие в процессе рекламной коммуникации.
7.	Исследования в области рекламы.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Теория и практика зарубежных массмедиа»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Теория и практика зарубежных массмедиа» относится к группе дисциплин «Теория и практика массмедиа» модуля общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомить студентов с характерными особенностями функционирования современных систем СМИ, информационных технологий и спецификой журналистского труда в зарубежных странах;
- исследование характерных черт, а также сходств и различий, систем средств массовой информации в зарубежных странах;
- поиск, чтение и анализ материалов, опубликованных или вышедших в эфир в СМИ зарубежных стран;
- раскрытие особенностей журналистского мастерства на примерах творчества крупнейших зарубежных журналистов и в пределах основных жанров журналистики;
- анализ функционирования журналистики в системе демократических институтов, ее роли в общественно-политической жизни зарубежных стран.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Основные термины и понятия.
2.	СМИ и политика в контексте истории XX века.
3.	Понятие «Информационная война». Информационные войны во внешней политике США.
4.	СМИ как экономический институт.
5.	Регулирование деятельности СМИ.
6.	Типология современных СМИ: радио.
7.	Типология современных СМИ: телевидение.
8.	Развитие печатных СМИ в XX в. и типология периодической печати.
9.	Типология интернет-СМИ.
10.	Радио и телевидение Великобритании. Английская печать.
11.	Радио и телевидение Германии.
12.	Немецкие печатные издания.
13.	История развития радио и телевидения во Франции.
14.	Французские печатные СМИ.
15.	Радио и телевидение в США.
16.	Американская печать.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Теория и практика отечественных массмедиа»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Теория и практика отечественных массмедиа» относится к группе дисциплин «Теория и практика отечественных массмедиа» модуля общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- знакомство студентов с историей становления периодической печати в России с XVIII века до наших дней;
- комплексное раскрытие процессов развития периодической печати в России, изучение направлений, существующих в публицистике.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Периодическая печать в России XVIII- начала XX вв.
2.	Отечественная журналистика в период между двух революций (февраль – октябрь 1917 г.)
3.	Отечественная журналистика в годы гражданской войны и "военного коммунизма" (ноябрь 1917 – 1921 гг.)
4.	Советская журналистика в эпоху "новой экономической политики" (1921–1927 гг.)
5.	Журналистика первой волны русской эмиграции (1920–1930-е гг.)
6.	Советская журналистика в годы индустриализации (конец 1920-х – 1930-е гг.)
7.	Отечественная журналистика в годы Второй мировой войны (1939–1945 гг.)
8.	Советская журналистика в первое послевоенное десятилетие (середина 1940-х – середина 1950-х гг.)
9.	Советская журналистика в годы хрущевской "оттепели" середина 1950-х – середина 1960-х гг.)
10.	Советская журналистика в период "развитого социализма" (середина 1960-х – середина 1980-х гг.)
11.	Отечественная журналистика второй и третьей волны русской эмиграции.
12.	Отечественная журналистика и публицистика в "самиздате".

13.	Отечественная журналистика в эпоху "перестройки" (вторая половина 1980-х – начало 1990-х гг.).
14.	Журналистика Российской Федерации в 1990-е гг.
15.	Отечественная журналистика в 2000-ые годы.
16.	Перестройка и СМИ Ярославской области.
17.	Отечественная журналистика на современном этапе (2000-е – 2010-е гг.).
18.	Средства массовой информации как инструмент и орудие политической борьбы в современной России.
19.	Роль средств массовой информации в формировании политического сознания.
20.	Роль современных средств массовой информации в PR-процессе.
21.	Региональные СМИ и общественно-политическая жизнь города и региона.
22.	Приоритетные жанры региональной периодической печати: тенденции и перспективы.
23.	Жанровые особенности региональных средств массовой информации.
24.	Современный дизайн СМИ: требования, нормы, тенденции.
25.	Правовое регулирование деятельности редакций СМИ и журналистов.

5. Формы промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Интегрированные коммуникации»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Интегрированные коммуникации» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- знакомство студентов с видами, каналами, средствами и технологиями современных коммуникаций, принципами организации и определения эффективности коммуникационных кампаний; формирование теоретических знаний и практических навыков по планированию и реализации интегрированной коммуникационной деятельности с целью продвижения юридического или физического лица.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Теоретические основы коммуникации.
2.	Коммуникационная система организации.
3.	Информационное общество и современные коммуникативные процессы.
4.	Тексты современной коммуникации.
5.	Организация интегрированной коммуникационной кампании.
6.	Регулирование коммуникационной деятельности.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- изучение сущности, форм, функций и составляющих процесса речевой коммуникации в связях с общественностью и рекламе, а также современных коммуникативных процессов и современных коммуникативных продуктов в связях с общественностью и рекламе.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак.часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Речевая коммуникация в связях с общественностью и рекламе: формы, функции, составляющие процесса
2.	Базисный субъект и его целевая аудитория как основные участники речевой коммуникации в связях с общественностью и рекламе
3.	Имидж как основное содержание речевых коммуникаций в связях с общественностью и рекламе
4.	Этические и правовые нормы в речевых коммуникациях в связях с общественностью и рекламе
5.	Особенности речевых коммуникаций при проведении современных PR- и рекламных мероприятий
6.	Особенности речевых коммуникаций в современном мобильном маркетинге
7.	Особенности речевых коммуникаций в современной наружной рекламе
8.	Коммуникативно-речевые тренды в выпуске сувенирной и полиграфической продукции
9.	Использование традиционных и новых медиа в процессе речевых коммуникаций в связях с общественностью и рекламе

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Правовое и этическое регулирование связей с общественностью и рекламы» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о правовых аспектах рекламной деятельности.
- приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования;
- содействие формированию глубоких знаний и развитию теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере рекламы и связи с общественностью.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Законодательство в сфере рекламы.
2.	Понятие и признаки различных видов рекламы.
3.	Требования к рекламе.
4.	Субъекты рекламного рынка.
5.	Правовая охрана средств индивидуализации участников хозяйственных отношений, товаров, работ, услуг при осуществлении рекламной деятельности.
6.	Обязательства в сфере рекламы.
7.	Признаки охраноспособности знаков.
8.	Создание и использование результатов творческой деятельности и приравненных к ним объектов.
9.	Виды рекламных агентств.
10.	Соотношение недобросовестной и недостоверной рекламы.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Социокультурное проектирование»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Социокультурное проектирование» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления о принципах и подходах к социально-культурному проектированию, формирование профессиональных основ и комплекса знаний о возможностях социально-культурного проектирования в управлении и практике социально-культурной работы, овладение умениями и навыками проектирования и оценки социально-культурных проектов.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Сущность и специфика проектирования как сферы управленческой деятельности
2.	Особенности социально-культурного проектирования
3.	Методология социально-культурного проектирования
4.	Основные принципы и подходы в социально-культурном проектировании
5.	Исследование проблемной ситуации, постановка целей и задач социально-культурного проекта
6.	Аналитические методы и инструменты в социально-культурном проектировании
7.	Управление реализацией социально-культурного проекта
8.	Оценка эффективности социально-культурного проекта
9.	Фандрайзинг и спонсорство в социально-культурном проектировании
10.	Основные принципы и требования подготовки грантовой заявки для реализации социально-культурного проекта
11.	Подготовка и защита социально-культурного проекта

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины
«Менеджмент в рекламе и связях с общественностью»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Менеджмент в рекламе и связях с общественностью» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование компетенций как комплексов знаний, умений и владений, в совокупности необходимых для освоения бакалаврами базовых теоретических знаний и практических навыков в сфере рекламного- и PR-управления, которые позволят им принимать эффективные организационно-руководящие решения в их профессиональной деятельности в соответствии с выбранным направлением подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Теоретические основы менеджмента в сфере рекламы и PR.
2.	Практические аспекты менеджмента в сфере рекламы и PR.
3.	Управление организационными рекламными и PR-процессами.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Организация и проведение коммуникационных кампаний»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Организация и проведение коммуникационных кампаний» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- получение студентами базовых представлений о понятии «коммуникационная кампания», об основных этапах и особенностях разработки и реализации коммуникационных кампаний. Главными задачами данной дисциплины является получение теоретических основ и практических навыков по организации и проведению коммуникационных кампаний, а также по организации и ведению переговоров как форме коммуникационного взаимодействия в политической, деловой и общественной сферах.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Коммуникационная кампания как ключевая форма организации коммуникационной деятельности
2.	Коммуникационная программа как основа для реализации коммуникационной кампании
3.	Особенности организации и проведения рекламной кампании
4.	Особенности организации и проведения информационной (пиар) кампании
5.	Переговорный процесс как основа коммуникационной деятельности
6.	Стратегия и тактика переговорного процесса
7.	Основные подходы и стили ведения переговоров
8.	Психологические особенности переговорного процесса
9.	Техника и тактика аргументирования
10.	Национальные особенности ведения переговоров
11.	Посредничество в переговорах

5. Форма промежуточной аттестации: зачет / экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы управления проектами в рекламе и связях с общественностью» относится к модулю общепрофессиональной подготовки обязательной части Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- усвоение студентами специфики, особенностей, характеристик, этапов проектирования в рекламной деятельности и связях с общественностью. Студентам важно понимать отличия в проектной деятельности, с одной стороны - в рекламе, и в PR – с другой.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Основные характеристики проекта в рекламе и PR
2.	Разработка стратегии и тактики в проектах по рекламе и PR
3.	Предполагаемый бюджет проекта, сроки реализации
4.	Описание стратегии и формулировка проблемы
5.	Оценка рекламного проекта и PR-проекта: особенности и отличия
6.	Примеры рекламных и PR-проектов и особенности управления ими

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Отечественное искусство XX - начала XXI века»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Отечественное искусство XX - начала XXI века» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- знакомство студентов с историей отечественной культуры XX – начала XXI веков, ее особенностями и основными этапами развития.

Задачи курса:

- ознакомление студентов с периодизацией истории культуры с основными источниками и литературой по дисциплине;

- овладение студентами исходным терминологическим аппаратом истории отечественной культуры и искусства, понимание ими теоретико-методологических проблем истории культуры России, получение конкретных знаний по данному курсу;

- выработка представлений о материальной и духовной культуре России, истории становления русской/советской государственности, общественных институтов, материальной и духовной культуры.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Вводное занятие.
2.	Культура России в начале XX века.
3.	Культурная жизнь Советской России в 1917 – 1920-е годы.
4.	Культура СССР периода тоталитаризма 1930-50-е годы.
5.	«Оттепель» в культуре Советского государства.
6.	Основные тенденции развития культуры СССР во второй половине 60-х – начале 80-х годов XX века.
7.	Культурная жизнь в современной России.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Культурология»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Культурология» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров знаний о культурно-исторической типологии, представлений об основных методах изучения разных культур, изучение основных методов, категорий, функций и концепций изучения культуры;
- рассмотрение основ межкультурных отношений;
- формирование знаний о базовых ценностях мировой культуры; изучение места человека в культуре.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 ак.часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Предмет и структура культурологии.
2.	Функции культурологии.
3.	Становление культурологии как науки.
4.	Онтология культуры.
5.	Функции культуры. Основные и вспомогательные функции.
6.	Типология культуры.
7.	Культурологические теории на Западе.
8.	Культурологические теории в России.
9.	Культурогенез.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Этнические процессы в современном мире»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Этнические процессы в современном мире» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление с понятийным аппаратом науки, основными тенденциями развития этнической и конфессиональной картины мира, особенностями этнического состава населения мира по регионам. В рамках курса студенты должны получить представление о тенденциях и формах развития этнических процессов, об особенностях межэтнических взаимоотношений народов мира.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Понятия «этнос» и «этничность».
2.	Этнические процессы как предмет исследования и их формы.
3	Основные проблемы изучения этногенеза и этнической истории.
4.	Конфессиональный состав населения мира.
5.	Этническая история планеты.
6.	Природа этнических конфликтов и способы их разрешения.
7.	Причины этнических конфликтов в РФ и странах ближнего зарубежья.
8.	Формы и способы регулирования этнических конфликтов.
9.	Народы и государства Европы и проблемы межнациональных отношений в XX – начале XXI века.
10.	Миграция как предмет этносоциологических исследований.
11.	Сущность и типология этнической идентичности.
12.	Концепция «центральной зоны» этнической культуры С.В. Лурье.
13.	Проблема межэтнических коммуникаций.
14.	Межэтническое сотрудничество и межэтнические конфликты.
15.	Концепция культурного шока.
16.	Теории этнокультурного взаимодействия.
17.	Этнический стереотип и этнический образ.
18.	Этнология и социальная реальность.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Компьютерный дизайн в рекламе»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Компьютерный дизайн в рекламе» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов знаний, умений и навыков по основам компьютерного дизайна и информационного построения, функционирования и развития сферы рекламы и PR в системе Интернет;
- знакомство с основными достижениями в компьютерном дизайне в области телекоммуникаций, сетевых структур, информационных систем;
- знакомство с технической стороной компьютерного дизайна;
- освоение теоретических основ компьютерного дизайна в рекламе;
- изучение методик и практических приемов, применяемых в компьютерном дизайне рекламы;
- изучение систем инструментария компьютерных технологий.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Бриф.
2.	Композиция и цвет.
3	Эскиз.
4.	Презентация эскизов. Выбор оптимального эскиза.
5.	Работа над выбранным эскизом.
6.	Финальная презентация проекта.
7.	Социальный плакат. Шрифт. Иллюстрация.
8.	Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Corel Draw.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Антикризисный PR»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Антикризисный PR» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление слушателей с основными видами кризисных ситуаций и основными методами и способами их разрешения, в том числе с помощью работы с кейсами, что позволит студентам получить как теоретические знания по дисциплине, так и практические навыки.

- формирование глубоких знаний и развитие теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере рекламы.

Основные задачи курса:

- изучить основы антикризисного управления
- ознакомиться с основными видами кризисных ситуаций;
- уяснить стратегию и тактику антикризисного управления;
- изучить механизмы антикризисного управления;
- разобраться в PR инструментах антикризисного управления.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Роль кризисов в развитии социально-экономических систем.
2.	Теоретические основы антикризисного управления.
3.	Экономические кризисы и циклы.
4.	Кризисы в развитии организации (предприятия).
5.	Кризисное управление и PR.
6.	Стратегия и тактика антикризисного управления.
7.	Механизмы антикризисного управления.
8.	Инструменты антикризисного управления.
9.	Человеческий фактор в антикризисном управлении.
10.	Практика антикризисного PR
11.	Практика отношений со СМИ в антикризисном PR.
12.	Принципы и методы организации антикризисного PR.
13.	Особенности антикризисного PR в практике отечественного бизнеса..
14.	Антикризисный PR в мировой практике связей с общественностью.
15.	Анализ рисков в антикризисном управлении.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Современные креативные технологии»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Современные креативные технологии» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- сформировать у студентов представление об основных аспектах креативной составляющей рекламной и PR-деятельности, а также о существующих в зарубежной и отечественной практике комплексах креативных технологий в сфере рекламы и PR; способствовать освоению практических навыков применения креативных технологий в рекламной и PR-деятельности; обучить технологиям применения креативных технологий в рекламной и PR-деятельности.

Задачи курса: изучить теоретические основы технологий креатива в рекламной и PR-деятельности; дать представления об организации процесса разработки креатива и о возможностях нестандартного подхода к решению профессиональных задач, о необходимых маркетинговых и социологических исследованиях в процессе разработки, планирования, организации и проведении рекламных и PR-мероприятий; познакомить с базовыми моделями организации творческого процесса и методиками поиска идей для креативной концепции рекламы и выработать навыки их практического применения.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 6 зачетных единиц, 216 академ. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Понятие «творчество», творчество и креативность
2.	Профессиональное мастерство специалиста по рекламе
3.	Креатив и стратегия рекламы
4.	Технология разработки креативного брифа
5.	Методы активизации творческих идей при создании рекламного продукта
6.	Создание рекламного образа
7.	Стереотип и стереотипизация в рекламе
8.	Фанки-креатив в рекламе, дизайне, продвижении
9.	Творческий проект как вид деятельности
10.	Технология «мифодизайна» в рекламной и PR-деятельности
11.	Технологии НЛП в рекламной и PR-деятельности
12.	Курсовая работа

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Основы тележурналистики»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Основы тележурналистики» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- освоение основных принципов, методов и технических приемов, применяемых в работе тележурналиста;
- знакомство студентов с основами современного телевизионного производства;
- знакомство с законодательной базой и этическими нормами тележурналистской работы.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 акад. Часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в предмет.
2.	История отечественного телевидения.
3.	Медиаметрия.
4.	Особенности профессии.
5.	Жанры тележурналистики.
6.	Интервью.
7.	Репортаж.
8.	Новости и ток-шоу.
9.	Тележурналистика, реклама и PR.
10.	Ответственность журналиста на телевидении.
11.	Перспективы работы тележурналиста.
12.	Итоговое занятие

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о связях с общественностью в государственном и муниципальном управлении;
- формирование у бакалавров научного представления о роли связей с общественностью в государственном и муниципальном управлении, что необходимо для формирования профессиональных качеств для работы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- рассмотрение государственного и муниципального управления на современном этапе;
- приобретение умений и навыков по связям с общественностью в государственном и муниципальном управлении и их отработка на практических занятиях; формирование и развитие способности принимать участие в организации работы служб по связям с общественностью в органах государственной и муниципальной власти;
- подготовка к осуществлению оперативного планирования и оперативного контроля деятельности по связям с общественностью, к оценке эффективности связей с общественностью.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 акад. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Предмет, задачи и методы изучения дисциплины «Связи с общественностью в государственном и муниципальном управлении».
2.	Основы государственного управления в РФ.
3.	Связи с общественностью в государственном управлении.
4.	Организация муниципального управления в РФ.
5.	Связи с общественностью в муниципальном управлении.
6.	Итоговая дискуссия.

5. Формы промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Профессиональная этика и этикет»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Профессиональная этика и этикет» относится к модулям / дисциплинам подготовки по общей направленности / профилю части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины является изучение базовых этических понятий, профессиональных моральных принципов, делового этикета.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Предмет и задачи этики как науки.
2.	Свобода и мораль.
3.	Общие моральные понятия.
4.	Целевые установки в жизни и деятельности человека.
5.	Бизнес и мораль.
6.	Российский предприниматель: морально этический образ в историческом разрезе.
7.	Общество и бизнес на современном этапе.
8.	Благотворительность как социокультурный феномен.
9.	Профессиональные моральные кодексы.
10.	Понятие делового этикета. Профессиональный имидж.
11.	Культура внешности.
12.	Застольный этикет.
13.	Национальный деловой этикет.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Научное и литературное редактирование и копирайтинг»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Научное и литературное редактирование и копирайтинг» относится к модулям / дисциплинам подготовки по дополнительному виду деятельности части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- обеспечить приобретение знаний и умений бакалавров рекламы и связей с общественностью в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом. Изучение научного и литературного редактирования содействует фундаментализации и гуманизации образования, формированию представлений о методах и формах редактирования у бакалавров, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью.

Главной задачей дисциплины является формирование у бакалавров представления о научном и литературном редактировании, что является неотъемлемым элементом профессиональной подготовки бакалавров.

Другими задачами являются:

- освоение студентами знаний об истории книгоиздательства и редакционно-издательской деятельности в России;
- формирование у студентов понимания научного и литературного редактирования как области, требующей глубоких знаний и практических навыков;
- развитие творческого инновационного подхода к редактированию.
- приобретение практических навыков и умений по составлению пресс-релизов;
- освоение специальных приемов, техник и тактик, позволяющих составить грамотный рекламный текст;
- изучение копирайтинга.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 ак.часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Предмет и задачи изучения дисциплины «Научное и литературное редактирование и копирайтинг».
2.	История научного и литературного редактирования в России.
3.	Научное редактирование.
4.	Формы подачи материала и научно-справочный аппарат в научной работе.
5.	Литературное редактирование. Современные тенденции развития языка.
6.	Копирайтинг.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Технологии формирования и методы изучения общественного мнения»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Технологии формирования и методы изучения общественного мнения» относится к модулям / дисциплинам подготовки по дополнительному виду деятельности части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с методами анализа общественного мнения как важного духовно-практического феномена. Освоение предмета, основных теоретических подходов, методов и методик, применяемых для изучения общественного мнения. Курс способствует политической социализации студентов, их способности анализировать социальную, в том числе политическую реальность.

Для достижения поставленных целей предусматривается решение следующих воспитательных, образовательных, развивающих практические навыки **задач:**

- проследить генезис теоретических подходов к изучению феномена общественного мнения;
- ознакомиться с важнейшими теоретическими и эмпирическими исследованиями российских и зарубежных специалистов изучения общественного мнения;
- раскрыть социальную природу, социологические характеристики и свойства общественного мнения как важного духовно-практического феномена;
- определить основные сферы формирования общественного мнения;
- освоить основные методики прикладных исследований общественного мнения;
- приобрести практические навыки эмпирических исследований общественного мнения.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак.часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Понятие и сущность общественного мнения.
2.	Основные методы изучения общественного мнения.
3.	Структура и функции общественного мнения.
4.	Субъекты и объекты общественного мнения, их определение и типологизация.
5.	Способы манипулирования общественным мнением.
6.	PR как инструмент управления общественным мнением органами государственной власти.
7.	Технологии воздействия на массовое сознание в избирательной кампании.
8.	Технологии манипуляции общественным мнением в рекламе.
9.	Трансформация методов управления общественным мнением в современном мире.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Общественные организации в современной России»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Общественные организации в современной России» относится к модулям / дисциплинам подготовки по дополнительному виду деятельности части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у студентов теоретических и практических представлений о структуре общественных организаций, проблемах современного российского общества, расширение их методологического инструментария. Данная дисциплина обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом, содействует формированию глубоких знаний и развитию теоретического мышления, имеет важное значение в формировании практических навыков в сфере научных исследований.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 ак. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Вводная лекция
2.	Виды общественных объединений
3.	Создание общественных объединений
4.	Устав общественных объединений в РФ
5.	Роль общественных объединений в современной России
6.	Содействие детским и молодежным общественным объединениям России
7.	Функции общественных объединений

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Управление кризисными ситуациями»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Управление кризисными ситуациями» относится к модулям / дисциплинам подготовки по дополнительному виду деятельности части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- содействие формированию глубоких знаний и развитию теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере рекламы;
- изучение основы антикризисного управления;
- ознакомление с основными видами кризисных ситуаций;
- изучение стратегии и тактики антикризисного управления;
- усвоение механизмов антикризисного управления.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Роль кризисов в развитии социально-экономических систем.
2.	Теоретические основы антикризисного управления.
3.	Экономические кризисы и циклы.
4.	Кризисы в развитии организации (предприятия).
5.	Кризисное управление и PR.
6.	Стратегия и тактика антикризисного управления.
7.	Механизмы антикризисного управления.
8.	Инструменты антикризисного управления.
9.	Человеческий фактор в антикризисном управлении.
10.	Практика антикризисного PR
11.	Практика отношений со СМИ в антикризисном PR.
12.	Принципы и методы организации антикризисного PR.
13.	Особенности антикризисного PR в практике отечественного бизнеса.
14.	Антикризисный PR в мировой практике связей с общественностью.
15.	Анализ рисков в антикризисном управлении.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Интернет и электронные презентации»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Интернет и электронные презентации» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: научить студентов принципам построения и функционирования сети Интернет, дать им общее представление о теоретических и технологических аспектах создания презентаций, необходимом программно-техническом обеспечении и возможностях применения технологии создания презентаций в рекламной деятельности. Данная дисциплина дает студенту глубокие и систематизированные знания о прикладных программах по созданию презентаций в сфере рекламы и связей с общественностью; возможность рассмотреть использование мультимедиа и Интернет в практике рекламного бизнеса. На практических занятиях студенты осваивают конкретную мультимедийную программу (PowerPoint; Prezi – для создания презентации в Интернет), учатся создавать сайты на основе шаблонов; на базе этих программ готовят свою презентацию научного доклада или презентацию компании, товара, выставки, рекламного продукта и т.п.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академ. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Использование компьютерных презентационных технологий в профессиональной деятельности.
2.	Создание презентаций в редакторе презентаций. Power Point.
3.	Создание презентаций в сети Интернет. Prezi.
4.	Компьютерные сети. Internet и его возможности.
5.	Информационная безопасность сети Интернет.
6.	Интернет-реклама.
7.	Создание сайта. Umi.ru. Wix.com. Tilda.ru.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Инновационная деятельность»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Инновационная деятельность» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о региональной экономике и управлении. Дисциплина содержит теоретические положения и обобщает отечественный опыт управления инновационной деятельностью. Дисциплина обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, содействует формированию глубоких знаний и развитию теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере рекламы и связи с общественностью.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Роль инноваций в экономическом развитии.
2.	Содержание инновационного процесса. Инновационная сфера.
3.	Государственное регулирование инновационной деятельности.
4.	Организационные структуры инновационной деятельности.
5.	Организация и управление инновационной деятельностью предприятий.
6.	Инновационный портфель предприятия.
7.	Риски инновационной деятельности.
8.	Применение концепции стратегического инновационного менеджмента в экономических условиях России.
9.	Управление инновационными проектами.
10.	Организационные формы реализации и распространения инноваций.

5. Форма промежуточной аттестации: экзамен.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Традиции и обычаи народов мира»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Традиции и обычаи народов мира» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров готовности к восприятию культуры, традиций и обычаев народов других стран; формирование знаний о социально-культурных и этнографических особенностях народов мира, закрепленных в традициях и обычаях социального поведения и повседневности. Это должно расширить кругозор будущего специалиста, сформировать необходимое для понимания основ межкультурных отношений толерантное отношение к культурным, конфессиональным и этническим различиям.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 акад. часа

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Вводная тема
2.	Источники для изучения традиций и обычаев народов мира
3.	Этикет в традиционной культуре народов мира
4.	Праздник и его место в культуре традиционного общества
5.	Календарные обычаи и обряды народов мира
6.	Традиции и обряды жизненного цикла
7.	Семиотический статус вещи в традиционной культуре
8.	Этническая проблематика в современной культуре
9.	Межкультурная коммуникация и проблемы взаимодействия культур в XXI веке

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Религиоведение»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Религиоведение» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров комплексного представления об особенностях религий мира и России и в целом научного представления о религии, что необходимо для формирования профессиональных качеств, необходимых для работы в сфере рекламы и связей с общественностью; изучение становления «Религиоведения» как научного направления и учебной дисциплины; рассмотрение основных религиозных направлений; формирование знаний о территориальной и отраслевой структуре религий; изучение взаимодействия государства и церкви.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Общие представления о религии.
2.	Основные подходы к изучению религии.
3.	Общая характеристика мировых религий.
4.	Религия в современном мире.
5.	Нетрадиционные религии и современное сектантство.
6.	Религия и общественно-политическая жизнь современного общества.
7.	Религиозная ситуация в России.
8.	Ислам.
9.	Буддизм.
10.	Христианство.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Реклама на ТВ»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Реклама на ТВ» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- знакомство студентов с современными технологиями создания рекламных и PR материалов на телевидении, основами современного телевизионного производства, тенденциями развития телевизионной рекламы и действующих в отрасли способов создания связей с общественностью, а также основами законодательной регламентации рекламной деятельности на телевидении в нашей стране.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Реклама на ТВ: общая характеристика.
2.	Эффективность телевизионной рекламы.
3.	Основы производства рекламы на телевидении и творческие решения.
4.	Внутренняя «кухня» телевизионного рекламиста.
5.	Телевизионный эфирный промоушн как часть рекламных и PR-технологий.
6.	Агитация в период выборов на телевидении как особый вид рекламы и PR.
7.	Социальная реклама и спонсорство на телевидении.
8.	PR-материал на телевидении.
9.	Бизнес-кейс: конкретные примеры решения задач по рекламному и PR-сопровождению предприятия в телевизионном эфире.
10.	Изменение телевизионного рекламного сообщения на фоне растущей конкуренции.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Организация массовых мероприятий»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Организация массовых мероприятий» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- дать знания и навыки в сфере организации публичных мероприятий;
- научить основным принципам организации мероприятий, технологии оперативного планирования и оперативного контроля над проектами при реализации рекламных, информационных и пропагандистских кампаний и мероприятий;
- анализ специализированной литературы по организации публичных мероприятий;
- анализ законодательства РФ в данной сфере;
- изучение методики создания и проведения мероприятий.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетных единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Понятие и содержание публичного мероприятия
2.	Законодательство РФ о публичных мероприятиях
3.	Массовые мероприятия и их отличие от публичных мероприятий
4.	Массовые мероприятия в политических компаниях
5.	Организация и проведение массовых и публичных мероприятий
6.	План организации публичного мероприятия
7.	План организации массового мероприятия
8.	Курсовая работа

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Персональный брендинг»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Персональный брендинг» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: формирование у студентов комплексного представления о процессе создания личного бренда и его продвижения. Студентам необходимо знать, какие составляющие наполняют понятие «личный бренд», изучить алгоритм и этапы построения личного бренда, определить возможные черты собственного уникального личного бренда, знать правила позиционирования личного бренда и каналы его продвижения, изучить элементы визуальной идентичности личного бренда, разобраться с тем, как персональный бренд может влиять на развитие компании, ознакомиться с удачными примерами построения персонального бренда и типичными ошибками в его создании.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Цели личного бренда
2.	Составляющие личного бренда
3.	Построение личного бренда
4.	Оценка внешней среды и целевой аудитории
5.	Уникальность личного бренда
6.	Позиционирование личного бренда. Миссия бренда
7.	Оценка эффективности личного брендинга
8.	Визуальная идентичность личного бренда
9.	Фирменный стиль как элемент визуальной идентичности бренда
10.	Работа над собой в построении личного бренда
11.	Продвижение личного бренда
12.	Работа со СМИ
13.	Роль сети Интернет в продвижении личного бренда
14.	Профессиональные сообщества в продвижении бренда
15.	Типичные ошибки при построении личного бренда

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Геополитика»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Геополитика» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- дать углубленное представление о геополитике как науки о взаимосвязи между физической средой в том виде, как она воспринимается, изменяется и используется людьми, и мировой политикой.

Главной **задачей** дисциплины является формирование научного представления о геополитических процессах в современном мире, о методах регулирования международных отношений.

Помимо это среди задач дисциплины можно выделить:

- изучение становления геополитики как науки;
- рассмотрение основных мировых геополитических центров и геополитического положения России в современном мире;
- изучение основных геополитических концепций.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Геополитика как научная дисциплина.
2.	Основные воззрения классиков геополитики.
3.	Современные западные геополитические теории.
4.	Русская школа геополитики и ее роль в системе геополитических знаний.
5.	Формирование геополитического пространства мира.
6.	Геополитическое положение современной России.
7.	Геополитические процессы в странах Европы.
8.	Место США в системе геополитических отношений.
9.	Геостратегическая политика Китая и Японии.
10.	Геополитика стран Азии, Африки, Латинской и Южной Америки.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Городская реклама»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Городская реклама» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- достичь необходимой степени компетентности в вопросах развития и роли городской рекламы в жизни общества для изучения и освоения всех последующих дисциплин, связанных с созданием коммуникаций;
- показать необходимость освоения основ рекламного дизайна для успешной работы бакалавров, работающих в сфере рекламы и связей с общественностью;
- приобретение студентами профессиональных навыков для организации коммуникаций, в том числе, в области визуальной информации;
- использование полученных знаний по средовому дизайну в профессиональной деятельности;
- развитие творческих подходов в организации коллективной работы.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Возникновение и развитие городской рекламы.
2.	Дизайн среды.
3.	Концепция развития дизайна городской среды.
4.	Реклама в среде открытых архитектурных пространств.
5.	Визуальные коммуникации и реклама в городской среде.
6.	Графический дизайн в городской рекламе.
7.	Колористика в городской рекламе.
8.	Проектирование и создание коммуникаций.
9.	Средства распространения городской рекламы.
10.	Идентификация и фирменный стиль в городской рекламе.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Планирование и реализация рекламной кампании»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Планирование и реализация рекламной кампании» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- изучить виды и способы взаимодействия бизнес-структур и предприятий социально-культурной сферы;
- изучить специфику и особенности функционирования системы управления агентством рекламы и связей с общественностью и службы рекламы и связей с общественностью организации;
- изучение этапов планирования и реализации рекламных кампаний;
- освоение студентами теоретических основ работы профессиональной PR-деятельности, а также получение навыков профессиональной работы в области рекламы и связей с общественностью;
- уметь определять коммуникационную и экономическую эффективность рекламных кампаний.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Сущность рекламной и PR-кампании
2.	Место и роль специалистов по рекламе и связям с общественностью в организации
3.	Подготовка кампании по рекламе и связям с общественностью
4.	Планирование рекламных и PR-программ
5.	Основные мероприятия по рекламе и связям с общественностью
6.	СМИ в рамках проведения рекламных кампаний и кампаний по связям с общественностью
7.	Рекламная деятельность оптовых и производственных предприятий
8.	Оценка эффективности рекламной кампании

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Проведение избирательных кампаний»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Проведение избирательных кампаний» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с методикой работы и с особенностями работы при проведении избирательных кампаний в Российской Федерации;
- подготовка политтехнологов и политконсультантов в России;
- ознакомление студентов с принципами и стратегическими акцентами проведения успешных избирательных кампаний, их планированием, интегрированными коммуникациями, формой и методами проведения агитационных кампаний;
- обеспечение приобретения студентами знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом;
- содействие формированию у студентов глубоких знаний в указанной сфере.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в дисциплину «Проведение избирательных кампаний».
2.	Исторические источники и историография по избирательным кампаниям начала XXI века в России.
3.	Подготовка к избирательной кампании.
4.	Public relation – продвижение до официального старта избирательной кампании.
5.	Агитационная кампания.
6.	Технология информационных поводов и событий.

5. Формы промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Торговые марки и бренды»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Торговые марки и бренды» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: ознакомление студентов с такими основополагающими понятиями рекламной деятельности как торговые марки и бренды, историей появления проторекламы еще в догосударственный период и трансформации рекламы на протяжении многовековой истории до современного уровня. В ходе лекционных и практических занятий студенты приобретают знания и умения в сфере брендинга, на конкретных примерах рассматривают стратегию формирования и продвижения на рынке торговых марок и брендов. Дисциплина «Торговые марки и бренды» обеспечивает приобретение знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом в указанной сфере.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в курс.
2.	Модель создания торговой марки.
3.	Марочный капитал как фактор конкурентноспособности фирмы.
4.	Торговые марки в товарной политике фирмы.
5.	Технологии рождения бренда.
6.	Типология брендов. Портфель брендов и его архитектура.
7.	Концепция и стратегии управления брендом.
8.	Интегрированный брендинг.
9.	Маркетинговые исследования в бренд-менеджменте.

5. Формы промежуточной аттестации: экзамен.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Регионоведение»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Регионоведение» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- ознакомление студентов с историей регионоведения как самостоятельной науки, с ее понятийным аппаратом, с историей выделения из других общественных наук, а также с современным состоянием и взаимосвязью между мировой, международной и региональной политикой;
- обеспечение приобретения студентами знаний и умений в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом;
- содействие формированию глубоких знаний и развитию теоретического мышления и начальных практических навыков в сфере рекламы и связей с общественностью.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Введение в регионоведение.
2.	Теоретические основы регионоведения.
3.	Регионы и страны мира.
4.	Формирование и развитие региональных цивилизаций.
5.	Региональные измерения современных международных.
6.	Проблемы европейского регионализма.
7.	Северная и Южная Америка как региональные единицы.
8.	Ближний, Средний Восток и Африка как региональные подсистемы.
9.	Восточная Азия и АТР: региональное измерение.
10.	Россия как один из регионов мира.
11.	Тектонические сдвиги в региональном делении мира на современном этапе.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Региональная экономика и управление»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Региональная экономика и управление» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- формирование у бакалавров комплексного представления о региональной экономике и управлении;
- формирование у прикладных бакалавров научного представления о региональном управлении экономическим развитием, что необходимо для формирования профессиональных качеств, необходимых для работы в сфере рекламы и связей с общественностью;
- изучение становления «Региональной экономики и управления» как научного направления и учебной дисциплины;
- рассмотрение основных крупных экономических районов РФ;
- формирование знаний о территориальной и отраслевой структуре экономики РФ;
- изучение государственного управления экономическим развитием и государственного регулирования регионального развития в РФ.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Предмет, задачи и методы изучения «Региональной экономики и управления».
2.	Этапы развития отечественных региональных исследований.
3.	Регион как объект хозяйствования и управления.
4.	Региональные особенности хозяйства.
5.	Районирование в России и СССР.
6.	Современное экономическое районирование РФ.
7.	Сущность специализации и комплексного развития.
8.	Система региональных рынков.
9.	Характеристика крупных экономических районов.
10.	Проблемные и кризисные регионы. Приграничные регионы.
11.	Закономерности, принципы и факторы размещения производительных сил. Природно-ресурсный потенциал России.
12.	Население и трудовые ресурсы России.
13.	Отраслевая структура размещения экономики.
14.	Региональная структура управления.
15.	Система органов управления субъектами РФ.
16.	Информационное обеспечение управления регионом.
17.	Управление региональными рынками.
18.	Антикризисное управление.
19.	Региональная политика государства.
20.	Государственное регулирование территориального развития.
21.	Особые экономические зоны ОЭЗ.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы дисциплины
«Массовые формы промоушена»**

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Массовые формы промоушена» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины: изучение современных подходов к освоению содержания и сущности маркетинговой деятельности в разных сферах жизни и деятельности человека, разработке форм продвижения товаров и услуг, формирование понятий о методологии, методах, инструментарии, средствах продвижения; формирование умения оценивать эффективность продвижения и рекламы услуг.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Ивент-маркетинг в современном мире.
2.	Праздники как форма организации массового промоушена
3.	Фестивали и их роль в массовом промоушене
4.	Карнавалы как ивент-мероприятия. Промо-шоу
5.	Флешмобы как инструмент ивент-маркетинга
6.	Выставки в продвижении товаров и услуг
7.	Ярмарки в массовом продвижении
8.	Рекламные экскурсии
9.	Презентации и пресс-туры

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Реклама в туризме»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Реклама в туризме» является дисциплиной по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений, Блока 1.

2. Цели освоения дисциплины:

- усвоение студентами того, что реклама стала уникальным инструментом маркетинга, устанавливающим, поддерживающим и развивающим коммуникации между туристским предприятием, с одной стороны, и потребителями, посредниками, производителями туристских услуг, контактными аудиториями, государственными организациями - с другой. С помощью рекламы поддерживается "обратная связь" с рынком, что позволяет контролировать продвижение туристских услуг, создавать и закреплять у потребителя устойчивую систему предпочтений к туристским продуктам, вносить коррективы в сбытовую деятельность.

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Реклама в индустрии туризма.
2.	Рекламные исследования и определение целей рекламы в туризме.
3.	Средства распространения туристской рекламы.
4.	Разработка рекламного бюджета туристского предприятия.
5.	Оценка эффективности рекламной деятельности туристского предприятия.
6.	Туристская реклама в прессе.
7.	Печатная туристская реклама.
8.	Туристская реклама на радио и ТВ.
9.	Прямая почтовая туристская реклама.
10.	Наружная и компьютеризированная туристская реклама.
11.	Реклама на туристских выставках и ярмарках.
12.	Имидж туристского предприятия как средство рекламы.
13.	Реклама национального туристского продукта.
14.	Регулирование рекламной деятельности в туризме.

5. Формы промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Культура Ярославского края»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Культура Ярославского края» относится к блоку «ФТД. Факультативные дисциплины».

2. Цели освоения дисциплины: формирование у бакалавров комплексного представления об истории культуры Ярославского края, имеющего богатые культурные традиции и достижения. Бакалавры должны изучить особенности культурной жизни Ярославского края, знать периоды ее развития, выдающихся представителей, местные памятники истории и культуры. В дальнейшем бакалавры должны уметь использовать полученные знания в рекламной деятельности для определения перспективных направлений туризма, подготовки экскурсий, разработки новых туристских маршрутов по городу и области.

Задачи изучения данной дисциплины: углубление знаний по отечественной истории и истории отечественной и мировой культуры, а также по истории Ярославского края; всестороннее изучение культуры Ярославского края, ее традиций и новаций; анализ перспектив развития культуры региона; знакомство с ранее изданной и новейшей краеведческой литературой, различными типами исторических источников. При изучении данной дисциплины дается характеристика исследовательской литературы, различных групп источников и музейных экспозиций по теме курса. Изучаются биографии видных представителей культуры края, внесших заметный вклад в отечественную и мировую культуру. Анализируются перспективные с точки зрения развития внутреннего и въездного туризма объекты культурного наследия региона. После изучения курса студенты представляют основные закономерности и региональные особенности культурной жизни региона в разные периоды; представляют основные тенденции развития просвещения, градостроительства, архитектуры, изобразительного искусства.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Общая характеристика дисциплины. Древнейший период культуры Ярославского края. Ростовская земля: археология, ранняя история.
2.	Культура края в конце IX – XV веков.
3.	Культура Ярославского края, Ростовской земли в XVI веке.
4.	XVII столетие – «золотой век» культуры края. Архитектурный ансамбль Ростовского кремля.
5.	Культурное развитие Ярославского края в XVIII в. Ростовская финифть: становление промысла.
6.	Культура Ярославского края в первой половине XIX в.
7.	Культура Ярославского края во второй половине XIX – начале XX века. А.А. Титов и создание Ростовского музея церковных древностей.
8.	Культура края в 1920 – 1940-е годы.
9.	Культурная жизнь Ярославской области в 1950-1980-е годы. Ростов, Ярославль, Углич – города «Золотого кольца».
10.	Современные тенденции развития ярославской культуры.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

Аннотация рабочей программы дисциплины «Имиджмейкинг»

1. Место дисциплины в ООП ВО: дисциплина «Имиджмейкинг» относится к блоку «ФТД. Факультативные дисциплины».

2. Цели освоения дисциплины: формирование у студентов знаний об основных понятиях в области теории имиджологии, историоразвития представлений об образе и имидже, об основных видах имиджмейкинга, этапах его формирования, содержания и особенностях создания, позиционирования и мониторинга имиджа.

Задачи дисциплины:

1. Рассмотреть современное состояние имиджологии
2. Изучить понятийный аппарат имиджологии и имиджмейкинга.
3. Познакомится с основными видами имиджмейкинга.
4. Узнать этапы, методы, приемы имиджирования
5. Сформировать практические навыки и умения, связанные с созданием, мониторингом и продвижением имиджа.
6. Выработать навыки грамотного коммуникативного поведения с потребителем услуги имиджмейкинга.

3. Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единицы, 72 акад. часа.

4. Содержание дисциплины:

№ п/п	Раздел дисциплины
1.	Имиджология.
2.	Имиджмейкинг: введение в курс.
3.	Понятия и сферы, сопряженные с имиджмейкингом.
4.	Имидж.
5.	Психология образа.
6.	Управление имиджем.
7.	Личный имидж.
8.	Политический имидж.
9.	Корпоративный имидж.
10.	Имидж товара.
11.	Территориальный имидж (города, региона, страны).

5. Форма промежуточной аттестации: зачет.

**Аннотация рабочей программы практики
«Профессионально-ознакомительная практика»**

1. Вид практики: учебная.

2. Цели практики: знакомство с организациями, занимающимися коммуникационной и рекламной деятельностью, направленной на различные категории населения; формирование представлений о будущей профессиональной деятельности; знакомство с сайтами различных учреждений, фирм, организаций, осуществляющих рекламную деятельность; подготовка к усвоению общепрофессиональных и специальных дисциплин учебного плана для формирования практических навыков работы

Задачи практики состоят в следующем:

- Усвоение форм и методов работы с различными категориями населения;
- Овладение навыками сравнительного анализа различных форм и методов рекламной деятельности и способов коммуникации;
- Получение представлений об информационных источниках и материалах, умение их анализировать, систематизировать и обобщать;
- Овладение навыками составления отчетной документации.

3. Объем практики составляет 9 зачетных единиц, 6 недель.

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Подготовительный этап. Установочная конференция (собрание) по практике.
2.	Изучение организационной структуры учреждения (организации, агентства)
3.	Роль и место учреждения в системе общественных коммуникаций
4.	Освоение видов деятельности рекламиста (специалиста по связям с общественностью). Индивидуальное задание
5.	Итоговая конференция по практике

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Аннотация рабочей программы практики «Профессионально-творческая практика»

1. Вид практики: производственная.

2. Цели практики состоит в том, чтобы подготовить студента к полноценной работе в учреждениях (организациях, агентствах) рекламно-производственного профиля, в том числе приобрести необходимые компетенции и наработать опыт самостоятельной профессиональной деятельности. Творческая составляющая в данном виде практики предполагает, что студенты могут проходить данную практику в учреждениях культуры, различных социально-ориентированных организациях, творческих студиях, креативных агенствах и т.д. Практика позволяет студентам получить необходимый эмпирический материал для курсовых и выпускных квалификационных работ, установить контакты с практикующими специалистами и специалистами смежных дисциплин, сформировать более четкое представление о своей будущей профессии. Как правило, студенты проходят профессионально-творческую практику в тех учреждениях, организациях, агентствах, службах, которые в будущем могут стать местом их постоянной работы.

Важнейшими *задачами* профессионально-творческой практики следует считать:

- углубление знаний о формах, способах и механизмах осуществления рекламной и PR-деятельности;
- закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных студентами в процессе обучения в отношении всего многообразия рекламной деятельности;
- проявление творческого потенциала обучающегося;
- получение компетенций самостоятельной работы по сбору и обработке информации для решения практических задач;
- приобретение опыта коллективной работы и решения практических задач, требующих применения профессиональных знаний и умений;
- совершенствование практических навыков работы по избранному профессиональному направлению;
- вовлечение студентов в реализуемые рекламные проекты с участием ведущих специалистов.

3. Объем практики составляет 12 зачетных единиц, 8 недель.

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Установочная конференция (собрание) по практике
2.	Изучение организационной и производственной структуры учреждения (организации, агентства)
3.	Роль и место учреждения (организации, агентства) в системе рекламы
4.	Освоение видов деятельности специалиста по рекламе. Индивидуальное задание
5.	Итоговая конференция по практике

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

Аннотация рабочей программы практики «Преддипломная практика»

1. Вид практики: производственная.

2. Цели практики: проведение (завершение) научного исследования в рамках решения задач выпускной квалификационной работы и оформления ее текста.

Задачами преддипломной практики являются:

- 1) приобретение опыта в организации и проведении научного исследования в целом;
- 2) разработка программы исследования с проработкой ее методологической и процедурно-методической частей;
- 3) разработка инструментария и методики научного исследования;
- 4) проведение научного исследования и его использование для доработки методики исследования;
- 5) организация и проведение сбора информации;
- 6) первичная обработка полученных данных и занесение их в компьютер;
- 7) обработка эмпирических данных;
- 8) анализ результатов обработки с обоснованием полученных выводов;
- 9) проверка гипотез, сформулированных в программе исследования;
- 10) подведение итогов решения задач эмпирического исследования;
- 11) разработка авторского проекта или практических рекомендации по совершенствованию деятельности в сфере рекламы и связей с общественностью.
- 12) Оформление текста ВКР в соответствии с предъявляемыми требованиями.

3. Объем практики составляет 6 зачетных единиц, 4 недели.

4. Содержание практики:

№ п/п	Этапы прохождения практики
1.	Проведение установочной конференции, на которой бакалавры знакомятся с целями и задачами преддипломной практики и инструкциями по их выполнению. Руководитель практики от кафедры знакомит практикантов с предъявляемыми к ним требованиями, дает рекомендации по выполнению задач преддипломной практики и оформлению документов практики.
2.	Бакалавру необходимо изучить и описать организационную структуру предприятия, учреждения, организации, исследуемого в ВКР. Ознакомление с работой структурных подразделений предприятия (знакомство с функциями, которые выполняет организация в сфере рекламы и связей с общественностью)
3.	Завершение бакалаврами научного исследования (разработка программы исследования и методов исследования, проведение исследования, сбор информации, обработка и анализ полученных данных). Подготовка текста ВКР. Консультативную помощь бакалаврам в составлении программы исследования и его проведении оказывает научный руководитель и руководитель практики от кафедры.
4.	Подведение итогов преддипломной практики: оформление отчета о преддипломной практике и представление их на проверку руководителю практики от кафедры. Сдача документов по практике на кафедру.

5. Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.